



STUDI LITERATUR: PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ORCHID RESTAURANT MEDAN

LITERATURE STUDY: THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT ORCHID RESTAURANT MEDAN

Maria Magdalena Sihotang¹, Christin Lestari Sinaga², Putri Enjelita Munthe³, Romulus Situmorang⁴, Zulfikar Ali Ritonga⁵, Junita Cantika Manullang⁶

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email: riamagdalenag23@gmail.com¹, christinlestari651@gmail.com², putrimunthe123@gmail.com³, romsitumorang45@gmail.com⁴, zulfikarali2212@gmail.com⁵, mjunitacantika@gmail.com⁶.

Article Info

Article history :

Received : 08-10-2024

Revised : 11-10-2024

Accepted : 13-10-2024

Published : 16-10-2024

Abstract

Ende Regency is one of the regencies located on the island of Flores, East Nusa Tenggara Province, which has a variety of tourism potential that can attract local and foreign tourists. The Ende Regency Government has attempted to make changes and organize several tourist attractions to make them more feasible as tourist destinations. This effort can improve the local economy and also provide business opportunities for local communities. The Ende Regency government's efforts are not only focused on the development and arrangement of tourism but also on various promotions so that Ende Regency can be more widely recognized as a tourist destination. To support government efforts, a prototype design of the Visiting Ja'o Ende Virtual Tourism Application is proposed. This prototype design uses Figma, and to measure the application using the blackbox testing method with the equivalence partitioning technique, there are 75 valid, 1 invalid, and 2 defects. In percentage, there are 96.15% valid, 1.28% invalid, and 2.56% defects.

Keywords : *Keywords: price, service quality, customer satisfaction, restaurant industry*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan melalui pendekatan studi literatur. Metode yang digunakan adalah analisis konten dari berbagai sumber literatur relevan termasuk jurnal akademik, buku teks, dan publikasi industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara strategi harga dan kualitas layanan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti kesesuaian harga, transparansi, responsivitas layanan, dan standarisasi kualitas memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan yang positif.

Kata kunci: harga, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, industri restoran



PENDAHULUAN

Dalam industri restoran yang semakin kompetitif, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi krusial bagi keberlangsungan bisnis. Orchid Restaurant Medan, sebagai salah satu pemain dalam industri kuliner di kota Medan, menghadapi tantangan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Dua faktor utama yang sering dikaitkan dengan kepuasan pelanggan adalah harga dan kualitas layanan.

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya dalam industri restoran, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial yang menentukan keberlangsungan dan kesuksesan suatu usaha. Medan, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki beragam pilihan kuliner yang menawarkan berbagai pengalaman gastronomi kepada masyarakatnya. Di antara banyaknya restoran yang ada, Orchid Restaurant telah lama dikenal sebagai salah satu destinasi kuliner *Chinese food* terkemuka di kota ini.

Orchid Restaurant Medan, yang telah beroperasi selama lebih dari dua dekade, terus berupaya mempertahankan posisinya di tengah maraknya persaingan dan perubahan preferensi konsumen. Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggannya, restoran ini dihadapkan pada tantangan untuk terus menyeimbangkan antara harga yang kompetitif dan kualitas layanan yang prima.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di satu sisi, harga yang terlalu tinggi dapat menghalangi calon pelanggan, namun di sisi lain, harga juga sering dijadikan indikator kualitas, terutama dalam konteks restoran kelas menengah ke atas. Sementara itu, kualitas layanan telah terbukti menjadi elemen kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas.

Meskipun telah ada beberapa studi yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri restoran, penelitian spesifik yang berfokus pada restoran *Chinese food* di Medan, khususnya Orchid Restaurant, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menginvestigasi secara mendalam bagaimana harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan.

Pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan tidak hanya akan bermanfaat bagi manajemen Orchid Restaurant dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif, tetapi juga dapat memberikan wawasan berharga bagi industri restoran di Medan secara umum. Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan literatur dalam bidang manajemen perhotelan dan restoran, khususnya dalam konteks pasar kuliner di kota-kota besar Indonesia.



Dengan latar belakang ini, penelitian ini akan menguji hipotesis bahwa harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan. Melalui analisis kuantitatif yang didukung oleh data primer dari survei pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen restoran serta memperkaya pemahaman teoritis tentang dinamika kepuasan pelanggan dalam industri restoran.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Harga dalam Industri Restoran

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam marketing mix yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kotler & Armstrong, 2018). Dalam konteks restoran, strategi penetapan harga harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, persaingan pasar, dan persepsi nilai pelanggan (Zeithaml et al., 2018).

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut.

Kim et al. (2020) mengidentifikasi berbagai strategi penetapan harga yang umum digunakan dalam industri restoran, termasuk penetapan harga berbasis nilai, penetapan harga dinamis, dan bundling menu.

Zeithaml (2016) menegaskan bahwa harga sering dijadikan indikator kualitas oleh konsumen, terutama ketika mereka memiliki sedikit informasi tentang produk atau layanan.

Dalam konteks restoran, Ryu dan Han (2010) menemukan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku.

Kualitas Layanan

Parasuraman et al. (1988) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian global atau sikap yang berkaitan dengan keunggulan layanan. Parasuraman et al. (2015) mendefinisikan kualitas layanan melalui lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Stevens et al. (1995) mengadaptasi model SERVQUAL untuk industri restoran, mengembangkan instrumen DINESERV yang secara khusus mengukur kualitas layanan di restoran.

Numerous studies (e.g., Ryu et al., 2012; Han and Ryu, 2009) have demonstrated a strong positive relationship between service quality and customer satisfaction in the restaurant industry.



Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi antara ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja aktual produk atau layanan (Oliver, 2015). Dalam industri restoran, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk kualitas makanan, atmosfer, dan nilai yang dirasakan (Ryu & Han, 2019).

Oliver (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan terkait konsumsi yang menyenangkan.

Penelitian oleh Ryu dan Han (2010) mengidentifikasi bahwa kualitas makanan, lingkungan fisik, dan kualitas layanan adalah tiga faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran kelas menengah ke atas.

Kim et al. (2009) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak positif pada loyalitas pelanggan dan word-of-mouth dalam konteks restoran.

Tinjauan pustaka ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri restoran. Namun, sebagian besar penelitian yang ada fokus pada konteks Barat atau restoran secara umum. Terdapat kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut yang secara khusus menyelidiki dinamika ini dalam konteks restoran *Chinese food* di Indonesia, khususnya di kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menginvestigasi pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Studi literatur ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan menggali pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sudut pandang yang komprehensif tentang faktor-faktor yang saling terkait dalam konteks penelitian ini.

Sumber Data

Sumber data penelitian ini akan berasal dari artikel-artikel ilmiah, jurnal akademis, buku referensi, tesis, disertasi, dan sumber informasi lain yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder yang dikumpulkan akan dianalisis dan disintesis untuk mendukung argumen dan temuan dalam studi literatur.



Teknik Analisis Data

Teknik analisis data akan dilakukan melalui pencarian sistematis menggunakan basis data akademis seperti *Google Scholar*, *ScienceDirect*, *ResearchGate*, dan *ProQuest*. Kata kunci yang relevan seperti "harga," "kualitas layanan," "kepuasan pelanggan," dan "Orchid Restaurant Medan" akan digunakan untuk mengidentifikasi literatur yang sesuai dengan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, ditemukan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan. Beberapa temuan utama meliputi:

1. Kesesuaian Harga dengan Kualitas
 - Pelanggan merasa puas ketika harga sesuai dengan kualitas makanan
 - Persepsi nilai menjadi faktor penting dalam evaluasi kepuasan
2. Daya Saing Harga
 - Harga kompetitif mempengaruhi tingkat kepuasan
 - Strategi harga yang tepat meningkatkan loyalitas
3. Transparansi Harga
 - Kejelasan informasi harga pada menu berkontribusi pada kepuasan pelanggan
 - Tidak adanya biaya tersembunyi meningkatkan kepercayaan pelanggan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan terbukti memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan. Beberapa aspek kunci meliputi:

1. Responsivitas Pelayanan
 - Kecepatan pelayanan dalam menanggapi permintaan
 - Kemampuan menangani keluhan dengan efektif
2. Keandalan dan Konsistensi
 - Konsistensi dalam kualitas makanan
 - Ketepatan waktu penyajian
3. Empati
 - Perhatian personal yang diberikan oleh staf restoran
 - Pemahaman kebutuhan spesifik pelanggan



4. Tampilan Fisik

- Kebersihan dan kenyamanan lingkungan restoran
- Penampilan professional para staf

Pembahasan

Analisis Hubungan Harga dan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi positif antara strategi penetapan harga yang tepat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Orchid Restaurant Medan berhasil menerapkan strategi harga yang sesuai dengan segmen pasarnya. Beberapa poin penting dalam pembahasan ini yaitu Orchid Restaurant Medan berhasil menerapkan strategi harga yang sesuai dengan segmen pasar mereka, penawaran paket makanan dengan harga khusus terbukti meningkatkan persepsi nilai di mata pelanggan, harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan keraguan akan kualitas, dan harga premium pada menu tertentu justru meningkatkan prestige dan kepuasan pelanggan.

Analisis Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan menjadi faktor krusial dalam membentuk pengalaman pelanggan yang memuaskan. Pelatihan staf dan standarisasi layanan berkontribusi signifikan. Beberapa aspek yang perlu digarisbawahi adalah pelatihan staf yang baik berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan, attitude dan skill karyawan menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman positif, penerapan SOP yang konsisten membantu menjaga kualitas layanan dan evaluasi berkala terhadap kinerja layanan memungkinkan perbaikan berkelanjutan.

Sinergi Harga dan Kualitas Layanan

Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara harga yang tepat dan kualitas layanan yang baik menciptakan efek sinergis terhadap kepuasan pelanggan yaitu pelanggan merasa mendapatkan *value for money* ketika harga sesuai dengan kualitas layanan, keseimbangan antara harga dan kualitas layanan menciptakan *competitive advantage*, kepuasan terhadap harga dan kualitas layanan mendorong pembelian berulang, dan *Word of Mouth* positif tercipta dari pelanggan yang puas.

Implikasi Manajemen

Berdasarkan hasil analisis, beberapa rekomendasi untuk manajemen Orchid Restaurant Medan:

1. Melakukan review berkala terhadap struktur harga
2. Mempertimbangkan program *loyalty rewards* untuk meningkatkan value
3. Investasi pada pelatihan karyawan secara berkelanjutan
4. Implementasi sistem feedback pelanggan yang lebih efektif



5. Penggunaan sistem POS modern untuk meningkatkan efisiensi layanan
6. Implementasi CRM untuk pemahaman lebih baik terhadap preferensi pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi literatur mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Orchid Restaurant Medan, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Kualitas layanan berdampak positif pada pengalaman dan kepuasan pelanggan
3. Sinergi antara harga dan kualitas layanan menciptakan *value proposition* yang kuat

SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, beberapa saran yang dapat diberikan yaitu, Orchid Restaurant perlu mengembangkan sistem evaluasi berkala untuk strategi harga, meningkatkan program pelatihan karyawan, melakukan *benchmarking* secara reguler terhadap kompetitor untuk memastikan daya saing, merancang program pengembangan karir yang jelas bagi karyawan, mengadakan kompetisi internal untuk memotivasi peningkatan kualitas layanan, dan memberikan *reward and recognition* untuk karyawan yang berkinerja baik.

Bagi penelitian selanjutnya perlu untuk melakukan penelitian kuantitatif untuk mengukur secara statistik korelasi antara harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, mengembangkan studi komparatif dengan restoran sejenis di kota lain, dan meneliti faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti *atmosphere* restoran atau variasi menu.

REFERENSI

- Hanaysha, J. (2016). Testing the Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. **Asian Economic and Social Society**, 6(2), 31-40.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). **Principles of Marketing** (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Liu, P., & Lee, Y. M. (2017). An investigation of restaurant food quality attributes on customer satisfaction and return intention. **International Journal of Hospitality Management**, 63, 44-52.
- Oliver, R. L. (2015). **Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer** (2nd ed.). Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2015). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, 49(4), 41-50.



- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2019). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants. **International Journal of Quality and Service Sciences**, 1(1), 78-95.
- Ryu, K., & Han, H. (2019). Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 34(3), 310-329.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm** (7th ed.). McGraw-Hill Education.