

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Gorengan di Kantin FIP Unimed

Jelita Angeli Purba^{1*}, Agnes Anggreni Tamba², Krisentia Angelina Napitu³, Yesica Khrish
Cinta Saragih⁴, Deni Adriani⁵, Putri Kemala Dewi Lubis⁶

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Medan, Indonesia

*E-mail: jelitapurba2006@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 29-09-2026

Revision: 08-10-2026

Published: 12-10-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i2.818

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 40 mahasiswa FIP dan FEB UNIMED yang pernah membeli produk pada UMKM gorengan yang menjadi objek penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, statistik deskriptif, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara bersama-sama, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen dan kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM gorengan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memperhatikan kesesuaian harga dengan produk serta meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas dan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, UMKM Gorengan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service quality on consumer satisfaction at the FIP UNIMED fried snack MSME. This study used a quantitative approach with a survey method. The data were collected by distributing questionnaires to 40 students from the Faculty of Education and the Faculty of Economics at Universitas Negeri Medan who had purchased products from the fried snack MSME as the research object. The sampling technique used was purposive sampling, in which respondents were selected based on specific criteria relevant to the research objectives. Data analysis was conducted using IBM SPSS through validity testing, reliability testing, descriptive statistics, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results showed that price had a significant effect on consumer satisfaction. Service quality also had a significant effect on consumer satisfaction. Furthermore, price and service quality simultaneously had a significant effect on consumer

Acknowledgment

satisfaction. These findings indicate that appropriate pricing and good service quality are important factors in increasing consumer satisfaction at fried snack MSMEs. Therefore, MSME owners need to pay attention to price suitability and continuously improve service quality to maintain consumer satisfaction and encourage repeat purchases.

Keyword: *Price, Service Quality, Consumer Satisfaction, Fried Food MSME*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam kegiatan ekonomi karena menyediakan berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Salah satu bidang UMKM yang banyak ditemukan adalah usaha makanan. Usaha makanan memiliki peluang yang cukup besar karena makanan merupakan kebutuhan sehari-hari dan dapat menjangkau berbagai kelompok konsumen. Di lingkungan perguruan tinggi, keberadaan usaha makanan juga menjadi bagian dari aktivitas mahasiswa karena dapat menjadi pilihan untuk memperoleh makanan dengan harga yang terjangkau. Salah satu usaha makanan yang menarik untuk diteliti adalah UMKM gorengan yang berada di lingkungan Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) Universitas Negeri Medan (UNIMED). Berdasarkan pengamatan awal, usaha gorengan tersebut terlihat cukup ramai dan memiliki konsumen yang tidak hanya berasal dari FIP, tetapi juga dari beberapa fakultas lain seperti Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan (FIKK), Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), serta fakultas lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha gorengan ini memiliki jangkauan konsumen yang cukup luas di lingkungan UNIMED.

Meskipun memiliki konsumen dari berbagai fakultas, banyaknya pembeli belum tentu menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Hal ini menjadi masalah yang penting untuk diperhatikan karena kepuasan konsumen dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Pada usaha gorengan yang sebagian besar konsumennya merupakan mahasiswa, harga menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan karena mahasiswa cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayar dengan produk yang diperoleh. Selain itu, pelayanan yang diterima konsumen selama proses pembelian juga dapat memengaruhi pengalaman dan penilaian mereka terhadap usaha tersebut. Oleh karena itu, perlu diketahui apakah harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM gorengan FIP UNIMED telah mampu memenuhi harapan konsumen. Masalah tersebut menjadi alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, terutama karena usaha memiliki konsumen yang cukup luas tetapi belum diketahui secara jelas faktor yang paling berkaitan dengan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting bagi keberlangsungan suatu usaha karena berkaitan dengan penilaian konsumen setelah memperoleh produk atau jasa. Menurut (Naibaho et al., 2022), kepuasan merupakan evaluasi setelah pembelian dengan membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila kinerja yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan. Dalam usaha kuliner, kepuasan konsumen dapat berkaitan dengan beberapa faktor, di antaranya harga dan kualitas pelayanan. Harga merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong, harga tidak hanya berkaitan dengan jumlah uang yang harus dibayar, tetapi juga dapat membentuk persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk. Harga yang sesuai dengan kemampuan dan nilai yang dirasakan konsumen dapat menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. Pada usaha gorengan yang banyak dikonsumsi oleh mahasiswa, harga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayar dengan produk yang diperoleh.

Selain harga, kualitas pelayanan juga dapat berkaitan dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari cara konsumen menerima pelayanan, seperti kecepatan, keramahan, ketepatan, dan kemampuan dalam memberikan layanan. Lupiyoadi menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan suatu usaha dalam memberikan layanan sesuai dengan harapan konsumen. Dalam usaha kuliner, pelayanan yang baik dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman dan memberikan pengalaman yang baik saat melakukan pembelian. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan adanya hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. (Annisa et al., 2021), menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Djoin Cafe, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian (Rezeki et al., 2025), juga menunjukkan bahwa pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Roti Bakar Bandung Delitua. Selain itu, penelitian (sinaga, a. Sihombing, s., sitanggang, 2020), pada Coffeenatics Medan menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Meskipun penelitian mengenai harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen pada usaha kuliner telah dilakukan, penelitian ini memiliki konteks yang berbeda karena berfokus pada UMKM gorengan yang berada di lingkungan kampus dengan konsumen dari berbagai fakultas di UNIMED. Kondisi tersebut menjadi alasan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM gorengan dalam meningkatkan harga yang sesuai dan kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan

konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP Universitas Negeri Medan (UNIMED). Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM gorengan yang berasal dari Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UNIMED. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Sampel penelitian berjumlah 40 responden yang berasal dari mahasiswa FIP dan FEB UNIMED.

Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden merupakan mahasiswa FIP atau FEB yang pernah membeli produk pada UMKM gorengan yang menjadi objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada seluruh responden. Kuesioner terdiri dari tiga variabel penelitian, yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Masing-masing variabel terdiri dari 7 butir pernyataan, sehingga keseluruhan kuesioner terdiri dari 21 butir pernyataan. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan.

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah menggunakan program IBM SPSS. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan analisis regresi linear berganda. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dapat mengukur variabel yang diteliti. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel harga dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari tiga hipotesis. H1 menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. H2 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

UMKM gorengan FIP UNIMED. H3 menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

Hipotesis

H₁: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

H₃: Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini dilakukan pada UMKM gorengan yang berada di lingkungan FIP UNIMED. Responden dalam penelitian berjumlah 40 mahasiswa yang berasal dari FIP dan FEB. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang membahas tiga variabel, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan konsumen (Y).

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Nilai
N	40
Test Statistic	0,113
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Umumnya Gorengan di Kantin FIP UNIMED berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga data dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X1

No Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Kriteria
X1.1	-	0,312	Tidak dapat diuji
X1.2	0,720	0,312	Valid
X1.3	0,784	0,312	Valid
X1.4	0,765	0,312	Valid
X1.5	0,834	0,312	Valid
X1.6	0,675	0,312	Valid
X1.7	0,889	0,312	Valid

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel harga (X1), diketahui bahwa nilai R Tabel sebesar 0,312. Dari 7 butir pertanyaan yang diuji, terdapat 6 butir pertanyaan yang memiliki nilai R Hitung lebih besar dari R Tabel, yaitu X1.2 sebesar 0,720, X1.3 sebesar 0,784, X1.4 sebesar 0,765, X1.5 sebesar 0,834, X1.6 sebesar 0,675, dan X1.7 sebesar 0,889. Sementara itu, butir pertanyaan X1.1 tidak dapat diuji karena seluruh responden memberikan jawaban pada skala 5, sehingga tidak terdapat variasi jawaban yang diperlukan untuk melakukan perhitungan korelasi. Dengan demikian, 6 butir pertanyaan pada variabel harga dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Umumnya Gorengan di Kantin FIP UNIMED.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X2

No Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Kriteria
X2.1	0, 857	0, 312	Valid
X2.2	0, 775	0, 312	Valid
X2.3	0, 772	0, 312	Valid
X2.4	0, 833	0, 312	Valid
X2.5	0, 766	0, 312	Valid
X2.6	0, 598	0, 312	Valid
X2.7	0, 692	0, 312	Valid

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X2), diketahui bahwa nilai R Tabel sebesar 0,312. Seluruh butir pertanyaan memiliki nilai R Hitung lebih besar dari R Tabel, yaitu X2.1 sebesar 0,857, X2.2 sebesar 0,775, X2.3 sebesar 0,772, X2.4 sebesar 0,833, X2.5 sebesar 0,766, X2.6 sebesar 0,598, dan X2.7 sebesar 0,692. Dengan demikian, seluruh 7 butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Umumnya Gorengan di Kantin FIP UNIMED.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Kriteria
Y.1	0, 862	0, 312	Valid
Y.2	0, 788	0, 312	Valid
Y.3	0, 838	0, 312	Valid
Y.4	0, 838	0, 312	Valid
Y.5	0, 795	0, 312	Valid
Y.6	0, 756	0, 312	Valid
Y.7	0, 775	0, 312	Valid

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y), diketahui bahwa nilai R Tabel sebesar 0,312. Seluruh butir pertanyaan memiliki nilai R Hitung lebih besar dari R Tabel, yaitu Y.1 sebesar 0,862, Y.2 sebesar 0,788, Y.3 sebesar 0,838, Y.4 sebesar 0,838, Y.5 sebesar 0,795, Y.6 sebesar 0,756, dan Y.7 sebesar 0,775. Dengan demikian, seluruh 7 butir pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada Umumnya

Gorengan di Kantin FIP UNIMED.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
X1	Harga	0,908	0,70	Reliabel
X2	Kualitas Pelayanan	0,864	0,70	Reliabel
Y	Kepuasan Konsumen	0,873	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel harga (X1) sebesar 0,908, variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,864, dan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,873. Nilai tersebut lebih besar dari nilai kriteria 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat dipercaya dan digunakan untuk mengukur harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen pada Umumnya Gorengan di Kantin FIP UNIMED.

Tabel 5. Hasil Uji R-Square (r^2)

R	R Square	Adjusted R-Square
.869 ^a	.755	.742

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil tabel pengujian diatas, menunjukkan nilai R Square sebesar 0,755. Artinya, harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 75,5% variasi kepuasan konsumen. Sementara itu, sebesar 24,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel bebas dalam penelitian ini memiliki keterkaitan yang cukup besar dengan kepuasan konsumen.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	Sig.
X1, X2 → Y	544,966	2	272,483	56,949	0,000
Residual	177,034	37	4,785	—	—
Total	722,000	39	—	—	—

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil tabel pengujian diatas, menunjukkan nilai F sebesar 56,949 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H3 diterima. Artinya, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.	Kesimpulan
Konstanta	-1,435	2,966	—	-0,484	0,631	—

(X1)	0,741	0,138	0,628	5,375	0,000	H1 diterima
(X2)	0,287	0,112	0,301	2,575	0,014	H2 diterima

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS, 2026

Berdasarkan hasil tabel pengujian diatas, menunjukkan nilai t sebesar 5,375 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H1 diterima. Artinya, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Hasil ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu variabel yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam penelitian ini. Pada variabel kualitas pelayanan, diperoleh nilai t sebesar 2,575 dengan nilai signifikansi 0,014. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H2 diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Hal ini terlihat dari hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,741 menunjukkan bahwa harga memiliki arah hubungan positif dengan kepuasan konsumen dalam model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh konsumen ketika membeli produk gorengan. Konsumen, khususnya mahasiswa, cenderung mempertimbangkan apakah harga yang dibayarkan sesuai dengan produk yang diperoleh. Jika harga dianggap sesuai, hal tersebut dapat berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap produk dan kepuasan setelah melakukan pembelian. Dengan demikian, harga tidak hanya dilihat dari jumlah uang yang dikeluarkan, tetapi juga dari kesesuaian antara harga dengan apa yang diterima konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Annisa et al. (2021) yang menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Djoin Cafe. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Rezeki et al. (2025), yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Roti Bakar Bandung Delitua.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Berdasarkan hasil uji t, nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,014 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,287 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki arah hubungan positif dengan kepuasan konsumen dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan juga menjadi bagian yang diperhatikan konsumen ketika melakukan pembelian. Pada usaha makanan, konsumen tidak hanya

melihat produk dan harganya, tetapi juga memperhatikan bagaimana penjual memberikan pelayanan. Kecepatan dalam melayani, keramahan, ketepatan pesanan, dan kenyamanan saat membeli dapat menjadi bagian dari pengalaman konsumen. Pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman dan puas. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rezeki et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Roti Bakar Bandung Delitua. Penelitian Annisa et al. (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Djoin Cafe.

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji F menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Nilai F sebesar 56,949 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H3 diterima. Artinya, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam model penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya berkaitan dengan satu faktor. Konsumen dapat mempertimbangkan harga yang harus dibayar sekaligus pelayanan yang diterima ketika melakukan pembelian. Pada UMKM gorengan yang berada di lingkungan kampus, kedua hal tersebut menjadi bagian dari pengalaman konsumen saat membeli produk. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Sinaga, A. Sihombing, S., Sitanggang, 2020), yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen UMKM.

Hasil penelitian (Rezeki et al., 2025), juga menunjukkan adanya pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian (SINAGA, A. SIHOMBING, S., SITANGGANG, 2020), menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeenatics Medan. Selanjutnya, nilai R Square sebesar 0,755 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 75,5% variasi kepuasan konsumen. Sementara itu, 24,5% lainnya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil ini memperlihatkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan bagian yang cukup penting dalam menjelaskan kepuasan konsumen pada objek penelitian, meskipun masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang juga dapat berkaitan dengan kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM gorengan FIP UNIMED. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kepuasan setelah melakukan pembelian. Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga pelayanan yang diterima konsumen menjadi bagian yang penting dalam pengalaman pembelian. Secara bersama-

sama, harga dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R Square sebesar 0,755 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan 75,5% variasi kepuasan konsumen, sedangkan 24,5% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Borwita Citra Prima Maumere*. 3(1).
- Alfajar, F., Mustainah., Tawil, M., Polii, J, J. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAKASSAR JEANS HOUSE KOTA PALU*. 1(1996).
- Annisa, P. A., Ihsan, M., & Ahmad, S. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM (Studi Kasus : Djoin Cafe di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar)*. 1(1), 119–137.
- Com, P. P. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN*. 3(April), 202–212.
- Desember, V. N., Irawati, S. A., Wantara, P., & Arfy, W. R. (2024). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Transformasi UMKM Kuliner : Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif*. 4(4), 515–522.
- Ekonomi, F. (2024). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 05 No. 01 (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce*. 05(01), 1–10.
- J, D. E. J. C., Tanuwijaya, H., & Suhandiah, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Pembelian Ulang Di Outlook Barbershop*. 6(2), 944–951.
- Jani, A., Sukmalengkawati, A., Pelayanan, K., & Konsumen, K. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. 1(3), 1–7.
- Kreatif, E. (2023). *Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia*. 01(02), 25–32.
- Naibaho, U. A., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , HARGA DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT)*. 3(2), 1079–1089.
- Nasional, S., Snpk, K., Potensi, E., & Kreatif, E. (2025). *MENINGKATKAN SEKTOR UMKM DI INDONESIA*. 4(April), 375–382.
- Penelitian, B., Kementerian, B. P. P., & Negeri, D. (2012). *EKONOMI KREATIF : TALENTA BARU PEMICU DAYA SAING DAERAH CREATIVE ECONOMY : NEW TALENTS FOR*. 93–104.
- Rezeki, S., Yanny, A., & Sianturi, R. D. (2025). *Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus UMKM Roti Bakar Bandung Delitua)*. 15(4).
- Siagian, N. A., & Putri, L. D. (2025). *Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia*. 1(8), 1581–1587.

SINAGA, A. SIHOMBING, S., SITANGGANG, D. (2020). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEENATICS MEDAN*. 6(1).

Wulandari, S., Rendra, M., Alam, P. F., Kusumasari, T. F., Dewi, A. S., & Gustyana, T. T. (2019). The Development of Pantiku Application Business Strategy Using Business Model Canvas Approach. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(3), 231–241. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.3.231>