

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, *Digital Payment* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri

David Permana Saputra

Prodi Manajemen, UNISKA Kediri, davidpermana0673@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect between the variables of service quality, price, and digital payment on consumer satisfaction at Anglow Fried Rice Pak Udin Kediri. Using a quantitative approach, data were gathered through questionnaires and observations from 112 respondents via accidental sampling. Data were analyzed using multiple linear regression and hypothesis testing. The t-test results show that service quality with a t-value of 2.984 and significance of 0.004, price with a t-value of 2.407 and significance of 0.018, and digital payment with a t-value of 2.063 and significance of 0.042 have a partially positive and significant effect. The F-test results with an F-value of 52.156 and significance of 0.001 confirm a significant simultaneous effect on consumer satisfaction. The synchronization of these three aspects is essential for traditional culinary MSMEs to maintain product authenticity while adopting modern services to maximize consumer satisfaction

Keywords: Service Quality, Price, Digital Payment, and Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, harga, dan digital payment terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Nasi Goreng Anglow Pak Udin Kediri. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi dari 112 responden melalui accidental sampling. Analisis data menerapkan regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil uji t menunjukkan kualitas pelayanan dengan nilai t hitung 2,984 dan signifikansi 0,004, harga dengan nilai t hitung 2,407 dan signifikansi 0,018, serta digital payment dengan nilai t hitung 2,063 dan signifikansi 0,042 berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Hasil uji F dengan nilai F hitung 52,156 dan signifikansi 0,001 mengonfirmasi pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, harga, dan digital payment terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, harga, dan digital payment terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, *Digital Payment*, dan Kepuasan Konsumen

DOI : <http://dx.doi.org/10.32503/jcm.v4i2.8961>
Sejarah Artikel : Artikel diterima (3 April 2026); direvisi (13 April 2026);
disetujui (20 April 2026)
Email Co-Author : davidpermana0673@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi dan populasi yang besar di Indonesia memicu ketatnya persaingan bisnis global, khususnya di sektor pangan yang permintaannya terus meningkat. Menghadapi pasar yang dinamis ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dituntut untuk kreatif, inovatif, dan memiliki strategi serta rencana bisnis yang tepat demi menarik minat beli pelanggan dan bertahan dalam persaingan.

Usaha Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” adalah UMKM kuliner legendaris di pusat Kota Kediri (Jl. Dhoho) yang dirintis sejak 2011 oleh pemiliknya setelah sukses membangun basis pelanggan loyal. Ciri khas utama usaha ini adalah teknik memasak tradisional menggunakan bahan bakar arang (anglo), yang menghasilkan cita rasa dan aroma khas. Dengan menu beragam (nasi goreng, nasi goreng mawut, nasi goreng kuah, mie goreng, mie nyemek, mie kuah, sop ayam, dan krengsengan ayam dengan rentang harga yang terjangkau, yaitu mulai dari Rp15.000 (kecuali krengsengan ayam Rp25.000). Selain itu, tersedia air mineral dan kerupuk dengan harga Rp1.000 saja. Popularitas usaha ini menjadikannya studi kasus yang relevan untuk meneliti pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Digital Payment terhadap kepuasan konsumen serta keberlangsungan bisnis.

Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (2014:150), bahwa perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah seseorang membandingkan kinerja suatu jasa yang diperkirakan dengan kinerja yang diharapkan. Sedangkan kepuasan konsumen menurut Irawan (2008:37), dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kinerja pelayanan dalam memenuhi harapannya. Konsumen akan merasa puas jika kualitas produk atau jasa yang mereka beli sesuai atau memenuhi ekspektasi mereka.

Kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2014:265) merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Selaras dengan hal tersebut, Kotler (2012:283) menyatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pada usaha Nasi Goreng Pak Udin, kualitas pelayanan ini tecermin dari interaksi yang ramah dan humoris yang meningkatkan kenyamanan, serta penggunaan dua wajan berbeda ukuran yang mempercepat pemenuhan pesanan. Selain itu, kemudahan pemesanan via WhatsApp, fleksibilitas dalam menerima permintaan khusus, komitmen penyediaan bahan baku, hingga porsi yang lebih besar dibanding pesaing menjadi nilai tambah yang memperkuat kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, meski setiap aspek pelayanan berkontribusi positif, pengelolaan yang tepat terhadap variasi waktu tunggu dan prioritas antrian daring tetap diperlukan untuk meminimalkan celah pelayanan (service gap) demi menjaga konsistensi kepuasan konsumen.

Harga menurut Kotler & Armstrong (2008:439), bahwa nilai atau uang yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat suatu produk. Pada Nasi Goreng Pak Udin, penetapan harga merefleksikan karakteristik ekonomi mikro yang adaptif dan relasional. Usaha ini menerapkan tarif standar Rp15.000 untuk umum, namun memberikan tarif khusus Rp10.000 bagi pelanggan yang memiliki kedekatan sosial intens. Kebijakan diskon berbasis relasi ini bersifat selektif dan tidak berlaku untuk menu krengsengan ayam yang harganya tetap Rp25.000. Selain itu, dinamika transaksi diperkuat dengan pemberian insentif kecil, seperti kerupuk atau air mineral senilai Rp1.000 sebagai pengganti selisih uang kembalian bagi konsumen

loyal, atau sebaliknya, konsumen disarankan menambah item kecil tersebut demi menyeimbangkan nilai transaksi. Fenomena ini membuktikan bahwa mekanisme harga pada Nasi Goreng Anglow Pak Udin tidak hanya ditentukan oleh kalkulasi pasar konvensional, melainkan juga dinegosiasikan melalui modal sosial, kedekatan relasional, dan konteks interaksi antara penjual dan pembeli.

Menurut Musthofa et al. (2020:178), *digital payment* merupakan sistem pembayaran online menggunakan software dan akun virtual, yang dipertegas oleh Rizkiyah et al. (2021) sebagai metode transaksi non-tunai praktis via smartphone untuk mempermudah berbagai kebutuhan harian. Meski menawarkan efisiensi, penerapannya pada usaha mikro sering kali menghadapi hambatan akibat perbedaan kesiapan dan preferensi antara penjual dan konsumen. Hal ini terlihat pada kasus Nasi Goreng Anglow Pak Udin yang telah memanfaatkan aplikasi DANA untuk mempermudah transaksi multi-bank dan penggabungan pembayaran. Namun, ketika konsumen menyarankan peningkatan ke sistem QRIS yang sesuai standar nasional, pihak penjual menolaknya karena khawatir terhadap aspek transparansi keuangan dan kontrol pencatatan pendapatan. Fenomena ini membuktikan bahwa adopsi digital payment tidak hanya bergantung pada kemudahan teknologi, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti persepsi psikologis pelaku usaha terhadap keterbukaan finansial dan biaya tambahan.

Kondisi nyata di lapangan sering kali memperlihatkan adanya kesenjangan antara teori ideal tersebut dengan realitas operasional usaha mikro. Berdasarkan observasi pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” di Kediri, ditemukan beberapa permasalahan utama yang berpotensi menurunkan kepuasan konsumen. Masalah pertama terletak pada aspek pelayanan, di mana terdapat perbedaan kecepatan pelayanan antara konsumen langsung dan sistem pemesanan *online* via WhatsApp. Kedua, adanya ketidakkonsistenan atau perbedaan dalam penetapan harga yang dapat memicu keraguan konsumen. Ketiga, belum tersedianya metode pembayaran berbasis *digital payment* seperti QRIS, padahal fasilitas ini sangat dibutuhkan untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas bertransaksi bagi konsumen saat ini.

Adanya kesenjangan (*gap*) dari hasil penelitian terdahulu serta masalah nyata terkait pelayanan, harga, dan belum diadopsinya sistem pembayaran nontunai pada objek usaha menjadi urgensi kuat dilakukannya studi ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan tersebut secara ilmiah melalui karya berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Digital Payment* terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng Anglow Pak Udin Kediri”**.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan membuktikan hipotesis pengaruh antar variabel yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) yang merupakan variabel bebas terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang merupakan variabel terikat. Menurut Tjiptono (2014:282), indikator variabel Kualitas Pelayanan (X1) terdiri 5 indikator tetapi peneliti meniadakan indikator Bukti Fisik (*Tangibles*) dikarenakan unit usaha tersebut merupakan usaha mikro pedagang kaki lima yang memiliki keterbatasan fasilitas fisik permanen, sehingga fokus penelitian lebih diarahkan pada kualitas interaksi dan proses pelayanan. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*),

dan empati (*empathy*). Menurut Kotler&Armstrong dalam Anggraini, D., (2022:409), indikator variabel Harga (X2) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Indikator variabel *Digital Payment* (X3) menurut Musthofa et Menurut Wahyuningsih, D., & Nirawati, (2022:7) antara lain manfaat (*perceived usefulness*), Kemudahan (*perceived ease of use*), Keamanan (*security*) dan Ketersediaan (*availability*). Sementara itu, indikator variabel Kepuasan Konsumen (Y) menurut Lupiyoadi (2013:180), meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau konsumen yang melakukan pembelian di Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, di mana banyaknya sampel yang diambil adalah 112 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 112 responden yang masuk dalam kategori data primer.

Setelah data terkumpul, selanjutnya data diolah menggunakan bantuan software statistik (SPSS) untuk mengetahui kelayakan data untuk dianalisis dan apakah hasil analisis data sudah cukup mewakili. Adapun uji yang dilakukan terdiri atas uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas) serta uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas). Selanjutnya, data yang lolos akan diuji lagi dengan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t (parsial), dan uji F (simultan).

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa cermat item-item atau instrumen. Suatu instrumen valid jika nilai signifikansi $> 0,05$ Sedangkan berdasarkan nilai korelasi, suatu instrumen dikatakan valid jika r hitung $> r$ tabel maka item dinyatakan valid (Priyatno, 2016:150).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai Korelasi (<i>Pearson Correlation</i>)	Probabilitas Korelasi [Sig.(2- tailed)]	Standar Uji Validitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1_1	0,511	0,001	0,05	Valid
	X1_2	0,483	0,001	0,05	Valid
	X1_3	0,658	0,001	0,05	Valid
	X1_4	0,577	0,001	0,05	Valid
	X1_5	0,545	0,001	0,05	Valid
	X1_6	0,569	0,001	0,05	Valid
	X1_7	0,694	0,001	0,05	Valid
	X1_8	0,544	0,001	0,05	Valid
Harga (X2)	X2_1	0,645	0,001	0,05	Valid
	X2_2	0,544	0,001	0,05	Valid
	X2_3	0,623	0,001	0,05	Valid
	X2_4	0,606	0,001	0,05	Valid

Lanjutan Tabel 1

	X2_5	0,622	0,001	0,05	Valid
	X2_6	0,581	0,001	0,05	Valid
	X1_7	0,580	0,001	0,05	Valid
	X1_8	0,550	0,001	0,05	Valid
<i>Digital Payment</i> (X3)	X3_1	0,675	0,001	0,05	Valid
	X3_2	0,679	0,001	0,05	Valid
	X3_3	0,459	0,001	0,05	Valid
	X3_4	0,708	0,001	0,05	Valid
	X3_5	0,636	0,001	0,05	Valid
	X3_6	0,601	0,001	0,05	Valid
	X1_7	0,633	0,001	0,05	Valid
	X1_8	0,541	0,001	0,05	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y_1	0,730	0,001	0,05	Valid
	Y_2	0,684	0,001	0,05	Valid
	Y_3	0,560	0,001	0,05	Valid
	Y_4	0,612	0,001	0,05	Valid
	Y_5	0,662	0,001	0,05	Valid
	Y_6	0,580	0,001	0,05	Valid
	Y_7	0,698	0,001	0,05	Valid
	Y_8	0,666	0,001	0,05	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2026

Dari data hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 1 hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), *Digital Payment* (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat disimpulkan bahwa dari masing – masing item pernyataan mendapatkan nilai Sig. dibawah 0,05 sehingga semuanya dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi suatu alat ukur, apakah hasilnya konsisten atau tidak jika dilakukan pengukuran ulang. Jika instrumen kuisioner tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran, sehingga hasil yang diperoleh tidak bisa dipercaya. Suatu instrumen dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Priyatno, 2016:154).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,739	Reliabel
2	Harga (X2)	0,744	Reliabel
3	Digital Payment (X3)	0,751	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,760	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas diatas dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), *Digital Payment* (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60, maka semua item pernyataan kuesioner dapat dinyatakan reliabel..

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas menurut (Sugiyono, 2019) bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Jika signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal (Sugiyono, 2019).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	2,954
Test Statistic		0,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber : Data diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 3 hasil uji normalitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar 0,200 yang dimana $> 0,05$, sesuai dengan penjelasan diatas jika nilai sig $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut (Sugiyono, 2019) digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidak korelasi variabel bebas Ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dideteksi apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan *tolerance* $> 0,1$ yang berarti tidak ada masalah multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,254	3,943	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Harga (X2)	0,314	3,188	Tidak terjadi multikolinearitas
3	Digital Payment (X3)	0,390	2,565	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data diolah SPSS 27, 2026

Dari hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 27, menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) seluruhnya lebih dari 0,10 serta nilai *VIF* masing-masing variabel kurang dari

10. Maka dari hal tersebut bisa dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Linearitas

Uji linearitas (Widana & Muliani, 2020) dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan tak bebas apakah linear atau tidak. Kriteria yang dipakai adalah jika nilai *sig. deviation from linearity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
X1 dengan Y	1,130	0,339	Linear
X2 dengan Y	2,996	0,006	Tidak Linear
X3 dengan Y	0,928	0,548	Linear

Sumber : Data diolah SPSS 27, 2026

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) bersifat linear dengan nilai F sebesar 1,130 dan signifikansi 0,339 ($> 0,05$), variabel *Digital Payment* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang dinyatakan linear dengan nilai F sebesar 0,928 dan signifikansi 0,548 ($> 0,05$). Sebaliknya, hubungan antara variabel Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) ditemukan tidak linear karena menghasilkan nilai F sebesar 2,996 dengan tingkat signifikansi 0,006, yang nilainya berada di bawah standar kriteria linearitas yaitu lebih kecil dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Widana & Muliani, 2020) digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Standar Heteroskedastisitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,399	$> 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,262	$> 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Digital Payment</i> (X3)	0,467	$> 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan pada tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi atau Sig (2-tailed) variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,399, Harga (X2) sebesar 0,262, *Digital Payment* (X3) sebesar 0,467. Nilai ketiga variabel X lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2021) analisis regresi linier berganda digunakan untuk menghitung pengaruh atau ramalan dua atau lebih variabel X terhadap satu variabel Y, maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)
a = Konstanta
(kualitas pelayanan)
b2 = Koefisien regresi
b3 = Koefisien regresi
(digital payment)
e = Error

b1 = Koefisien regresi
X1 = Variabel bebas
X2 = Variabel bebas (harga)
X3 = Variabel bebas

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B (Regresi)	T hitung	T tabel	Sig. t	Keterangan
X1 dengan Y	0,356	2,984	1,982	0,004	H01 ditolak Ha1 diterima
X2 dengan Y	0,268	2,407	1,982	0,018	H02 ditolak Ha2 diterima
X3 dengan Y	0,207	2,063	1,982	0,042	H03 ditolak Ha3 diterima
Taraf sig.					0,05
Konstanta (a)					6,237
Nilai Korelasi (R)					0,769
R ²					0,592
Adjusted R ²					0,580
F hitung					52,156
F tabel					2,688
Sig F					0,001

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 7 hasil analisis regresi linear berganda diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) memiliki nilai sig. $0,001 < 0,05$, maka H04 ditolak dan Ha4 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y).

Uji Hipotesis

Dari hasil analisis regresi linier berganda yang meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), *Digital Payment* (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil Analisis	Keterangan
Diduga terdapat pengaruh secara parsial dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri	$t_{hitung} 2,984 > t_{tabel} 1,982$ Sig $0,004 < 0,05$	H1 Diterima H0 Ditolak

Lanjutan Tabel 8

Diduga terdapat pengaruh secara parsial dari Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri	$t_{hitung} 2,407 > t_{tabel} 1,982$ Sig 0,018 < 0,05	H2 Diterima H0 Ditolak
Diduga terdapat pengaruh secara parsial dari <i>Digital Payment</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri	$t_{hitung} 2,063 > t_{tabel} 1,982$ Sig 0,042 < 0,05	H3 Diterima H0 Ditolak
Diduga terdapat pengaruh secara parsial dari Kualitas Pelayanan, Harga, <i>Digital Payment</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri	$F_{hitung} 52,156 > F_{tabel} 2,688$ Sig 0,001 < 0,05	H4 Diterima H0 Ditolak

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2026

Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial menurut Sugiyono, (2019:187) merupakan uji mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hasil uji t dilihat di *table coefficients*. Dasar pengambilan keputusan uji ini sebagai berikut :

- 1) Sig. < 0,05: Terdapat pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Sig. > 0,05: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (UJI t)

Variabel	T hitung	T tabel	Sig. t	Sig F	Taraf Sig
X1 dengan Y	2,984	1,982	0,004	0,001	0,05
X2 dengan Y	2,407	1,982	0,018	0,001	
X3 dengan Y	2,063	1,982	0,042	0,001	

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan tabmengggunakan SPSS 27 diketahui bahwa :

- 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng anglow “Pak Udin” Kediri. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Sig-t < 0,05 dimana $t_{hitung} 2,984 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai Sig-t 0,004 < 0,05. Sehingga terdapat pengaruh

signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri.

- 2) Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng anglow “Pak Udin” Kediri. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $Sig-t < 0,05$ dimana $t_{hitung} 2,407 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai $Sig-t 0,018 < 0,05$. Sehingga terdapat pengaruh signifikan antara Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri.
- 3) Pengaruh *Digital Payment* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Goreng anglow “Pak Udin” Kediri. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $Sig-t < 0,05$ dimana $t_{hitung} 2,063 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai $Sig-t 0,042 < 0,05$. Sehingga terdapat pengaruh signifikan antara *Digital Payament* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F menurut Ghozali, (2021:148) menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Adapun ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis menu rut (Ghozali, 2021) adalah sebagai berikut :

- 1) $Sig. > 0,05$: Hipotesis ditolak. Variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) $Sig. < 0,05$: Hipotesis diterima. Variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B (Regresi)	T hitung	T tabel	Sig. t	Keterangan
X1 dengan Y	0,356	2,984	1,982	0,004	H01 ditolak Ha1 diterima
X2 dengan Y	0,268	2,407	1,982	0,018	H02 ditolak Ha2 diterima
X3 dengan Y	0,207	2,063	1,982	0,042	H03 ditolak Ha3 diterima
Taraf sig.					0,05
Konstanta (a)					6,237
Nilai Korelasi (R)					0,769
R ²					0,592
Adjusted R ²					0,580
F hitung					52,156
F tabel					2,688
Sig F					0,001

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 7. hasil analisis regresi linear berganda diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) memiliki nilai sig. $0,001 < 0,05$, maka H04 ditolak dan Ha4 diterima.

Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 7 hasil analisis regresi linear berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,592 atau 59,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 59,2% dan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra merek, lokasi, promosi, kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan lain sebagainya.

Uji Interpretasi Data

Pengaruh Kualitas Pelayanan secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri. Hal ini ditunjukkan pada tabel 8 hasil uji hipotesis dengan nilai $\text{sig } 0,004 < 0,05$. Maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. kecepatan pelayanan yang didukung oleh penggunaan dua wajan kecil 4 porsi, wajan besar 7 porsi dengan kapasitas berbeda meningkatkan efisiensi dan mempercepat pemenuhan pesanan online atau offline, sehingga berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, konsistensi dalam menjaga kualitas pelayanan di Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Budiono, 2021) didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Feronika et al., 2024) juga menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan karyawan.

Pengaruh Harga secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri

Variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri. Hal ini ditunjukkan pada tabel 8 hasil uji hipotesis dengan nilai $\text{sig } 0,018 < 0,05$. Maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Harga merupakan faktor penentu bagi konsumen dalam mengevaluasi nilai yang mereka dapatkan. Kenaikan harga bahan baku namun harga jual harus tetap murah (Rp15.000), kecuali krengsengan (Rp. 25.000). Strateginya penggunaan 1 telur untuk 2 porsi saat stok menipis guna menjaga harga tetap stabil tanpa mengurangi nilai kepuasan di mata konsumen nasi goreng anglow “Pak Udin” Kediri. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadila & Manurung, 2021) didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Budiono, 2021) juga menunjukkan hasil bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Digital Payment* secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri

Variabel *Digital Payment* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri. Hal ini ditunjukkan pada tabel 8 hasil uji hipotesis dengan nilai $\text{sig } 0,042 < 0,05$. Maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Penggunaan sistem pembayaran digital memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi konsumen di era modern. Adanya pilihan pembayaran melalui QRIS atau *e-wallet* mempercepat proses transaksi dan menghindarkan masalah uang kembalian yang tidak tersedia. Kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi secara nontunai menciptakan pembayaran efisien dan praktis. Bagi konsumen Nasi Goreng Anglow "Pak Udin", tersedianya fasilitas ini menjadi nilai tambah yang meningkatkan kenyamanan mereka saat membayar, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepuasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aini, 2025) didapatkan hasil bahwa *Digital Payment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Feronika et al., 2024) juga menunjukkan hasil bahwa *Digital Payment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, *Digital Payment* secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri

Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan *Digital Payment* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri. Hal ini ditunjukkan pada tabel 8 hasil uji hipotesis dengan nilai $\text{sig } 0,001 < 0,05$. Maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Berdasarkan tabel 7 hasil analisis regresi linear berganda diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,592 atau 59,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Digital Payment* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 59,2% dan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra merek, lokasi, promosi, kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan lain sebagainya.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri dengan nilai $\text{sig. } 0,004 < 0,05$.
- 2) Variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri dengan nilai $\text{sig. } 0,018 < 0,05$.
- 3) Variabel *Digital Payment* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri dengan nilai $\text{sig. } 0,042 < 0,05$.

- 4) Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Digital Payment (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Nasi Goreng Anglow "Pak Udin" Kediri dengan nilai sig. $0,001 < 0,05$

Saran

Nasi Goreng Anglow “Pak Udin” Kediri

Nasi Goreng Anglow “Pak Udin”, diharapkan mampu mempertahankan dan memaksimalkan Kualitas Pelayanan (X1), karena variabel ini terbukti memiliki pengaruh positif dan paling signifikan terhadap kepuasan konsumen dibandingkan variabel lainnya (nilai sig. 0,004). Terkait dengan variabel Harga (X2), pemilik usaha perlu berhati-hati dalam menetapkan kebijakan harga karena ditemukan hubungan yang tidak linear terhadap kepuasan konsumen. Disarankan untuk melakukan penyesuaian harga yang tetap kompetitif namun sebanding dengan porsi atau rasa yang didapatkan agar persepsi nilai di mata konsumen tetap terjaga. Selanjutnya, pada variabel Digital Payment (X3), pemilik usaha disarankan untuk terus mempertahankan dan mempermudah layanan pembayaran digital tersebut. Mengingat variabel ini berpengaruh secara parsial (sig. 0,042) dan simultan, penyediaan berbagai opsi dompet digital (*e-wallet*) dapat menjadi nilai tambah yang meningkatkan efisiensi transaksi dan kenyamanan konsumen saat berkunjung.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, perlu adanya penelitian lanjutan terhadap faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang belum dilakukan pada penelitian ini. Mengingat nilai *Adjusted R²* dalam penelitian ini sebesar 0,580 atau 58%, hal ini menunjukkan masih terdapat 42% faktor lain di luar model yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan tidak hanya meneliti variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Digital Payment saja. Peneliti dapat mengembangkan variabel lain seperti lokasi usaha, cita rasa produk (kualitas produk), atau fasilitas fisik (*physical evidence*) untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif dalam industri kuliner.

Daftar Pustaka

- Aini, H. (2025). Dampak Penggunaan Pembayaran Digital terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen UMKM Makanan di Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan Volume.*, 13(November).
- Anggraini, D., et al. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Bank Indonesia. (2020). *Sistem Pembayaran Indonesia*.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 223–247.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). (2022). No Title. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*.
- Fadila, R., & Manurung, H. P. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualiatas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso Mekar Asih Desa Binjai Baru Kabupaten Batu Bata. *E-Journal Universitas Asahan*.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh). Pearson Prentice Hall.
- Halim, A. F., Vionika, A., & Ningrum, F. S. (2023). *Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank*. 5(1), 38–45.
- Irawan, H. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Gramedia.
- Jaya, Winda & Arifin, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 46–62.
- Jennifer, J., & Buntu Laulita, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(2), 184–199. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3133>