

**PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA DAN CITA RASA
MAKANAN TERHADAP RETENSI KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA USAHA KULINER
ANUGRAH FAMILY PALEMBANG**

TESIS

**Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam
Menempuh Gelar Magister Manajemen**



Disusun oleh:

Nama : Mega Andrea Dorety Suwito Putry Sejaty
NPM : 245241029
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MAGISTER
MANAJEMEN UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS

Tesis ini Telah Disetujui Untuk Diujikan

PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA DAN CITA RASA MAKANAN TERHADAP RETENSI KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA KULINER ANUGRAH FAMILY PALEMBANG

Nama : Mega Andrea Dorety Suwito Putry Sejaty
NPM : 245241029
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA DAN CITA RASA MAKANAN TERHADAP RETENSI KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA KULINER ANUGRAH FAMILY PALEMBANG

Menyetujui:

Pembimbing Tesis:

Tanggal 16/09/2025 Pembimbing I :
Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M.
NIDK: 8995230021

Tanggal 12/09/2025 Pembimbing II :
Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si.
NIDN: 0207069401

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi MM-UTP

Dr. Hj. Msy, S.E., M.Si, Ak, CA. CSRS NIDN: 0205026401
Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M., CHRM NIDN: 0214038501

Tanggal 18/09/2025 Tanggal 19/09/2025

LEMBAR PENGESAHAN KOMISI PENGUJI TESIS

PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA DAN CITA RASA MAKANAN TERHADAP RETENSI KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA KULINER ANUGRAH FAMILY PALEMBANG

Dipertahankan di depan Komisi Penguji Tesis
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen
Universitas Tridinanti Palembang

Nama : Mega Andrea Dorety Suwito Putry Sejaty
NPM : 245241029
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui:

Ketua Penguji:	Tanggal	Tanda Tangan
Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M. NIDK: 8995230021	16/09/2025	

Anggota Penguji:	Tanggal	Tanda Tangan
1. Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si. NIDN: 0207069401	12/09/2025	
2. Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E., M.Si. NIDN: 0110117204	12/09/2025	

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi MM-UTP
 Dr. Hj. Msy, S.E., M.Si, Ak, CA. CSRS NIDN: 0205026401 Tanggal. 18/09/2025	 Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M. NIDN: 0214038501 Tanggal 19/09/25

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mega Andrea Dorety Suwito Putry Sejaty

NPM : 245241029

Program Studi: Manajemen Pemasaran

Judul Tesis : PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA DAN CITA RASA MAKANAN TERHADAP RETENSI KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA KULINER ANUGRAH FAMILY PALEMBANG

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Tesis yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dari Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang seluruhnya adalah hasil karya sendiri.
2. Apabila ada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain, akan saya tulis sumbernya dengan jelas, sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.
3. Jika dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis yang saya susun ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar Akademik Magister Manajemen (MM) yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar dengan rasa tanggung jawab tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 5 September 2025

Yang menyatakan,



10000
METRAI
TEMPER
F4B00ANX021768230

Mega Andrea Dorety Suwito Putry
Sejaty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterjangkauan harga dan cita rasa makanan terhadap retensi konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Usaha Kuliner Anugrah *Family* Palembang. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterjangkauan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi konsumen. Sebaliknya, cita rasa berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan konsumen maupun retensi konsumen, serta menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan retensi. Selain itu, retensi konsumen terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Temuan lain menunjukkan bahwa keterjangkauan harga dan cita rasa sama-sama berpengaruh secara tidak langsung terhadap retensi konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan konsumen memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara faktor harga dan cita rasa dengan keputusan konsumen untuk tetap bertahan. Dengan demikian, strategi pengelolaan usaha kuliner sebaiknya menitikberatkan pada peningkatan kualitas cita rasa sekaligus menjaga keterjangkauan harga agar kepuasan dan retensi konsumen dapat terjaga secara berkelanjutan.

Kata kunci : Keterjangkauan Harga, Cita Rasa, Retensi Konsumen, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price affordability and food taste on consumer retention with customer satisfaction as an intervening variable at Anugrah Family Culinary Business in Palembang. The research employed a quantitative approach using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) as the analytical method.

The results indicate that price affordability does not have a significant effect on customer satisfaction but has a positive and significant effect on consumer retention. In contrast, food taste has a positive and significant effect on both customer satisfaction and consumer retention, and it is identified as the most dominant factor in enhancing retention. Furthermore, consumer retention is proven to have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Additional findings reveal that both price affordability and food taste indirectly influence consumer retention through customer satisfaction as a mediating variable. This emphasizes that customer satisfaction plays a crucial role in strengthening the relationship between price and taste with consumers' decisions to remain loyal. Therefore, culinary business strategies should focus on improving food taste quality while maintaining price affordability to ensure sustainable customer satisfaction and retention.

Keywords: Price Affordability, Food Taste, Consumer Retention, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul **“Pengaruh Keterjangkauan Harga dan Cita Rasa Makanan terhadap Retensi Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Usaha Kuliner Anugrah Family Palembang”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas kurikuler dalam memperoleh gelar Magister program studi Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa hormat dan menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Ketua Yayasan Pendidikan Nasional Tridianti Palembang, Bapak Prof. H. Machmud Hasjim, M.ME.
2. Rektor Universitas Tridianti Palembang, Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang, Ibu Dr. Hj. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS.
4. Direktur Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang, Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E., M.Si.
5. Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang, Ibu Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M.
6. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M selaku pembimbing pertama

menyempatkan waktu disela kesibukan untuk menerima dan berdiskusi kepada penulis.

8. Seluruh Ibu/Bapak dosen dan staf administrasi serta petugas perpustakaan pada

9. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang, yang secara langsung atau tidak langsung telah memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis.
10. Kepada keluarga terutama Ibu dan Yitheng yang telah memberikan dorongan moril dan materiil dalam menyelesaikan studi program Pascasarjana, semoga ilmu yang penulis dapatkan bermanfaat.
11. Seluruh Rekan-rekan Angkatan 52 yang telah saling mendukung untuk melalui perjuangan bersama-sama.
12. Semua pihak yang tidak dapat dapat satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tesis.

Palembang, 5 September 2025



Mega Andrea Dorety Suwito Putry
Sejaty

DAFTAR ISI

PENGARUH KETERJANGKAUAN HARGA DAN CITA RASA.....	1
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS.....	2
LEMBAR PENGESAHAN KOMISI PENGUJI TESIS.....	3
SURAT PERNYATAAN.....	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6.1 Kegunaan Akademis.....	10
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Retensi Konsumen.....	11
2.1.2 Keterjangkauan Harga.....	13
2.1.3 Cita Rasa.....	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	18
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Desain Penelitian.....	28

3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	32
3.6 Teknik Analisa Data.....	35
3.6.1 Langkah-langkah Analisis Multivariat.....	37
3.6.2 Kriteria PLS.....	38
3.6.3 Variabel dalam PLS.....	39
3.6.4 Langkah-langkah Analisis Data Menggunakan SmartPLS.....	40
3.7 Hipotesis Statika.....	41
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Deskriptif Data Penelitian.....	43
4.1.2 Data Responden Berdasarkan Umur.....	44
4.1.3 Data Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian.....	44
4.1.4 Deskriptif Jawaban Responden.....	45
4.1.5 Analisis Statistik Inferensial.....	46
4.1.6 Langkah-langkah Analisis Data Menggunakan SmartPLS.....	48
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V	
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi.....	71
5.3 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN HASIL PENELITIAN.....	76
LAMPIRAN 1: KUESIONER.....	77
LAMPIRAN 2: TABULASI DATA.....	81
LAMPIRAN 3: HASIL OLAH DATA.....	85
LAMPIRAN 4: HASIL SIMILARITY TURNITIN.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Rencana Jadwal Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Data Sampel Anugrah Family Palembang.....	31
Tabel 3.3 Skala Likert.....	32
Tabel 3.4 Definisi Konseptual.....	33
Tabel 3.5 Definisi Operasional.....	34
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen.....	34
Tabel 4.1 Distribusi Konsumen Anugrah Family Palembang..	43
Tabel 4.2 Konsumen Anugrah Family Menurut Umur.....	44
Tabel 4.3 Konsumen Anugrah Family Menurut Lokasi Pembelian.....	44
Tabel 4.4 Rentang Nilai Rata-Rata.....	46
Tabel 4.5 Kategori Jawaban Responden.....	46
Tabel 4.6 Hasil Outer Loading.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Composite Reliability.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Discriminant Validity.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji R Square.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji F Square.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Pengaruh Langsung Path Coefficients....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (Specific Indirect Effects).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Omset Anugrah Family Palembang.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Diagram Jalur Penelitian.....	47
Gambar 4.2 Full Model.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN HASIL PENELITIAN.....	76
LAMPIRAN 1: KUESIONER.....	77
LAMPIRAN 2: TABULASI DATA.....	81
LAMPIRAN 3: HASIL OLAH DATA.....	85
LAMPIRAN 4: HASIL SIMILARITY TURNITIN.....	91

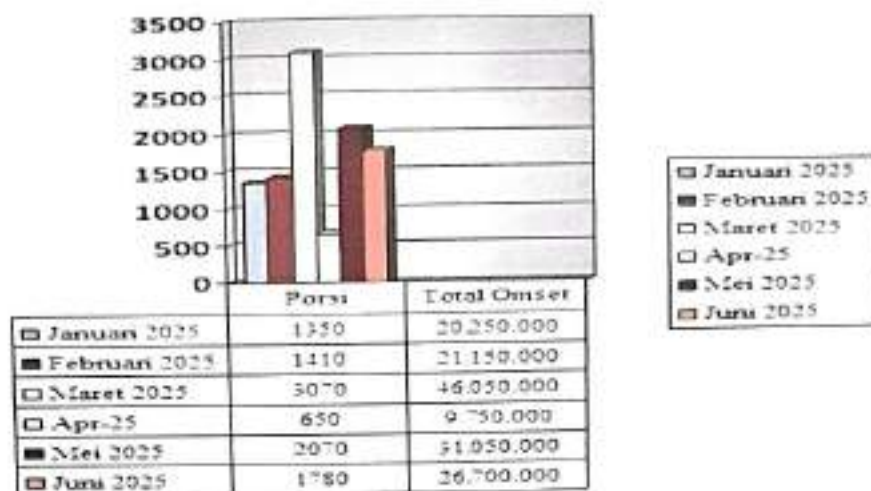
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Palembang, ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, dikenal sebagai kota dengan kekayaan sejarah, budaya, dan kulinernya. Kenikmatan kuliner menjadi salah satu daya tarik utama yang mendorong pertumbuhan industri makanan dan minuman secara signifikan. Industri kuliner di Palembang telah menjadi bagian penting dari perekonomian lokal, terutama dengan menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan roda ekonomi masyarakat. Dalam lima tahun terakhir, perkembangan industri ini sangat pesat. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2020 tercatat 32 rumah makan dan restoran, meningkat drastis menjadi 864 pada tahun 2021, meningkat menjadi 1.316 pada tahun 2022. Pada 2023, 2024 serta 2025 tetap sejumlah 1.316 rumah makan dan restoran (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumsel, 2025). Fenomena ini menandakan tingginya intensitas persaingan yang menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi dalam mempertahankan konsumen secara berkelanjutan.

Salah satu pelaku usaha yang berkembang di sektor ini adalah Usaha Kuliner Anugrah *Family*, unit usaha mikro yang berfokus pada penyediaan makanan rumahan dengan sistem pesan antar. Didirikan sejak 2018 dan berlokasi di Talang Jambe, Palembang, Sumatera Selatan, segmen utama pasarnya adalah pekerja gudang dan karyawan sekitar. Usaha ini menawarkan aneka menu seperti ayam, ikan, dan makanan ringan lainnya dengan harga terjangkau.



Gambar 1.1 Omset Anugrah Family Palembang

Sumber: Anugrah Family Palembang (2025).

Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa omset tertinggi pada tahun 2025 adalah pada bulan maret 2025 dan terendah adalah pada bulan April 2025.

Retensi konsumen merupakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan konsumen dalam jangka panjang, yang dapat dibangun melalui pengalaman positif, komitmen emosional, dan kepuasan terhadap layanan (Alfonso, 2023). Retensi yang tinggi akan meningkatkan pembelian ulang dan menurunkan biaya akuisisi konsumen baru (Putra & Jahroni, 2022). Oleh karena itu, variabel ini penting dalam membangun pondasi bisnis yang stabil, khususnya dalam model layanan pesan antar makanan rumahan.

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi retensi konsumen adalah keterjangkauan harga. Menurut Armstrong dan Kotler (2014), persepsi konsumen tentang nilai suatu produk dipengaruhi secara langsung oleh harga. Harga menunjukkan manfaat yang diperoleh konsumen, bukan hanya nominal semata.

Oleh karena itu, keterjangkauan harga dapat didefinisikan sebagai sejauh mana harga penjual disesuaikan dengan kemampuan konsumen. Studi pada Ragusa Es Krim Italia (Sianturi *et al*, 2021) dan *e-commerce Shopee* (Nurmiati *et al*, 2021) menunjukkan bahwa keterjangkauan harga meningkatkan loyalitas konsumen. Namun, Sucipto (2024) dalam studi pada *Seafood Zonatri 68* dan penelitian pada *J.CO Donuts and Coffee* Kota Cilegon dan Serang (Hudin *et al*, 2024) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan adanya inkonsistensi hasil riset, sehingga diperlukan kajian lanjut dalam konteks kuliner rumahan berbasis pesan antar.

Selain harga, cita rasa makanan juga memainkan peran penting. Cita rasa adalah pengalaman sensori yang dipengaruhi oleh rasa dan pancaindra lainnya (Sari dalam Hana, 2023). Studi pada Mie Gacoan dan Pecel Lele Mama Suka Medan menunjukkan bahwa cita rasa yang enak berdampak signifikan terhadap retensi konsumen (Hana, 2023; Silvia *et al*., 2024) serta Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Pinngir Jalan Pondok Kelapa (Ridwan *et al*, 2024). Namun, Darmawan *et al*. (2024) menemukan bahwa meski cita rasa penting, pengaruhnya terhadap loyalitas tidak selalu signifikan pada *Vintage Oriental Cafe* Brebes. Demikian pula, Fatmawati *et al*. (2023) pada konsumen Dapur Ummu Hisyam Outlet 04 Jl. Poros Maros Makassar menemukan bahwa cita rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen mempertimbangkan lebih dari sekadar rasa saat memutuskan untuk membeli ulang produk. Maka, terdapat gap teoritis yang perlu ditelusuri lebih lanjut.

Faktor perantara yang diyakini memperkuat hubungan antara keterjangkauan harga dan cita rasa terhadap retensi konsumen adalah kepuasan konsumen. Perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan kesan mereka sebelum menggunakan dan setelah menggunakan produk diartikan sebagai kepuasan. Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas jika produk yang mereka terima memenuhi atau melebihi harapan mereka. Sebaliknya, jika produk tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Akibatnya, kepuasan adalah hasil dari evaluasi setelah pembelian, yang sangat dipengaruhi oleh ekspektasi awal konsumen. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Hana (2023) terhadap konsumen Mie Gacoan Purwokerto, yang menemukan bahwa kepuasan memediasi hubungan antara cita rasa dengan loyalitas konsumen secara signifikan, meskipun pengaruh harga tidak signifikan. Penelitian lain oleh Melinda & Ganda Jaya (2022) pada Kokumi Paskal 23 Kota Bandung juga menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh kuat terhadap retensi pelanggan. Kedua studi ini mengonfirmasi bahwa kepuasan dapat berperan sebagai variabel mediasi penting dalam membentuk retensi konsumen. Maka dari itu, untuk usaha kuliner lokal seperti Anugrah Family, penting menelusuri lebih lanjut sejauh mana kepuasan konsumen memediasi hubungan antara persepsi harga dan kualitas rasa terhadap kecenderungan konsumen untuk tetap loyal.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*), baik secara empiris maupun kontekstual, khususnya dalam mengkaji hubungan antara keterjangkauan harga, cita rasa, kepuasan, dan

retensi konsumen di sektor kuliner lokal berbasis pesan antar. Kebanyakan studi sebelumnya berfokus pada produk ritel dan *e-commerce*. Maka, penting dilakukan penelitian yang menyoroti konteks UMKM kuliner rumahan di Palembang, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis sekaligus implikasi praktis bagi pelaku usaha kuliner lokal. Berdasarkan kondisi tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keterjangkauan Harga dan Cita Rasa Makanan terhadap Retensi Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Usaha Kuliner Anugrah Family Palembang.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, terdapat beberapa hal yang mendorong dilakukannya penelitian ini, yaitu:

Pertumbuhan Industri Kuliner yang Kompetitif. Data dari BPS Sumatera Selatan (2025) menunjukkan pertumbuhan signifikan jumlah rumah makan dan restoran di Palembang, dari 32 pada 2020 menjadi 1.316 pada 2023, 2024 dan 2025. Lonjakan ini menciptakan persaingan yang ketat, khususnya bagi usaha mikro seperti Anugrah Family yang beroperasi dengan sistem pesan antar. Kondisi ini menimbulkan tantangan dalam mempertahankan konsumen agar tetap loyal di tengah banyaknya pilihan kuliner.

Fluktuasi Permintaan dan Retensi Konsumen. Berdasarkan data penjualan Anugrah Family, terjadi penurunan drastis jumlah porsi yang terjual pasca-Ramadhan, dari 3.070 porsi (Maret) menjadi 650 porsi (April). Fluktuasi ini

menunjukkan bahwa retensi konsumen belum stabil dan perlu strategi khusus agar pelanggan tidak hanya berbelanja saat momen tertentu saja.

Ketidakkonsistenan Temuan Penelitian Terdahulu. Beberapa studi menunjukkan bahwa keterjangkauan harga dan cita rasa dapat mempengaruhi loyalitas dan retensi konsumen (Hana, 2023), namun studi lain justru menunjukkan hasil yang berlawanan, seperti yang ditemukan oleh Sianturi *et al.* (2021) dan Darmawan *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa cita rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan harga tidak selalu berpengaruh terhadap loyalitas. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai keefektifan faktor-faktor tersebut dalam membentuk retensi pelanggan dalam konteks usaha kuliner lokal.

Peran mediasi kepuasan konsumen yang belum konsisten. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi tidak selalu memiliki pengaruh signifikan dalam menjembatani hubungan antara persepsi harga dan cita rasa terhadap retensi. Oleh karena itu, perlu dikaji kembali apakah kepuasan benar-benar berperan sebagai jembatan yang efektif dalam konteks layanan pesan antar makanan rumahan.

Minimnya Riset di Konteks Usaha Kuliner Lokal Skala Mikro. Mayoritas penelitian sebelumnya dilakukan pada sektor ritel, *e-commerce*, atau *franchise* besar. Masih sangat sedikit riset yang menyoroti dinamika retensi konsumen pada usaha kuliner mikro dengan model pesan antar, khususnya di wilayah Pergudangan Tanjung Api-Api, Kabupaten Banyuasin, tempat usaha Anugrah *Family* beroperasi.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini berjalan secara terfokus dan sistematis, maka ditetapkan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian. Penelitian ini dibatasi pada satu unit usaha kuliner rumahan, yaitu Usaha Kuliner Anugrah *Family* yang berlokasi di wilayah Talang Jambe, Palembang, Sumatera Selatan. Usaha ini dipilih karena memiliki model bisnis pesan antar dan melayani segmen pasar pekerja gudang serta masyarakat sekitar.
2. Subjek Penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal dua kali di Anugrah *Family* dalam tiga bulan terakhir, untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman konsumen yang cukup dalam menilai harga, cita rasa, kepuasan, dan niat berlangganan ulang.
3. Variabel yang Diteliti. Penelitian ini memfokuskan pada empat variabel utama yaitu: Variabel independen (X_1) Keterjangkauan Harga dan Variabel independen (X_2) Cita Rasa Makanan, yang dipilih karena keduanya dianggap sebagai faktor dominan dalam keputusan konsumen untuk tetap loyal terhadap suatu produk. Variabel intervening (Z) Kepuasan Konsumen, yang dianalisis sebagai mediator dari pengaruh keterjangkauan harga dan cita rasa terhadap retensi konsumen. Variabel dependen (Y) Retensi Konsumen, yaitu kecenderungan konsumen untuk tetap melakukan pembelian ulang atau menggunakan layanan yang sama secara berkelanjutan.

4. Penelitian ini tidak membahas faktor lain di luar variabel yang telah ditetapkan, seperti promosi, kualitas pelayanan, lokasi usaha, atau faktor eksternal lainnya yang juga mempengaruhi retensi konsumen.
5. Waktu dan Lokasi Penelitian. Penelitian dilaksanakan pada periode bulan Januari sampai dengan Juli 2025 di lokasi operasional Anugrah *Family* dan lingkup konsumen yang tercatat dalam sistem pemesanan internal usaha.
6. Pendekatan dan Metode. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori, dengan metode analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, serta untuk mengukur pengaruh mediasi kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti membuat suatu rumusan masalahnya yang akan dianalisis sebagai berikut:

1. Apakah Keterjangkauan Harga (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Anugrah *Family* Palembang?
2. Apakah Keterjangkauan Harga (X1) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Retensi Konsumen (Y) pada Anugrah *Family* Palembang?
3. Apakah Cita Rasa (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Anugrah *Family* Palembang?
4. Apakah Cita Rasa (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi Konsumen (Y) pada Anugrah *Family* Palembang?
5. Apakah Retensi Konsumen (Y) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Anugrah *Family* Palembang?

6. Apakah Keterjangkauan Harga (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Retensi Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) sebagai variabel intervening pada Anugrah *Family* Palembang?
7. Apakah Cita Rasa (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Retensi Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) sebagai variabel intervening pada Anugrah *Family* Palembang?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Keterjangkauan Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Anugrah *Family* Palembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Keterjangkauan Harga (X1) terhadap Retensi Konsumen (Y) pada Anugrah *Family* Palembang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Cita Rasa (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Anugrah *Family* Palembang.
4. Untuk menganalisis pengaruh Cita Rasa (X2) terhadap Retensi Konsumen (Y) pada Anugrah *Family* Palembang.
5. Untuk menganalisis pengaruh Retensi Konsumen (Y) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Anugrah *Family* Palembang.

6. Untuk menganalisis pengaruh Keterjangkauan Harga (X1) terhadap Retensi Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) sebagai variabel intervening pada Anugrah *Family* Palembang.
7. Untuk menganalisis pengaruh Cita Rasa (X2) terhadap Retensi Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) sebagai variabel intervening pada Anugrah *Family* Palembang.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis, sejalan dengan tujuan penelitian diatas.

1.6.1 Kegunaan Akademis:

- a. Dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki harapan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan selama melakukan proses perkuliahan.
- b. Penelitian ini dapat juga digunakan untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis. Dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya bisa lebih baik dari penelitian yang telah dilakukan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis meningkatkan wawasan pengetahuan penulis pada bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada variabel masalah yang diteliti, yaitu tentang keterjangkauan harga, cita rasa makanan, retensi konsumen dan kepuasan konsumen.

- b. Bagi Anugrah *Family* Palembang, membantu dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif melalui pengelolaan harga dan peningkatan cita rasa makanan guna menciptakan kepuasan konsumen yang berdampak langsung pada retensi konsumen.
- c. Bagi Pihak Lain, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfonso, P. (2023). *Analisis Pengaruh Pelayanan Karyawan Yang Berorientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Empiris Pada Salon Kecantikan Di Kota Ambon)*. Jurnal Administrasi Terapan, 2(1), 170-178.
- Andhari, A., dkk. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Darrel Bolu Nanas Prabumulih*. Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(4), 8801-8811.
- Aribowo, H., dkk. (2022). *Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Bakso Omen Again Surabaya)*. Jurnal Eksekutif, 19(2), 166-183.
- Ati, D., & Hastuti, S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Belfoods (Study Kasus Pada : Konsumen Belfoods Dewi Frozen)*. Jurnal Otonomi, 22(2), 266-276. <https://doi.org/10.32503/otonomi.v22i2.2898>
- Darmawan, B., dkk. (2024). *Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vintage Oriental Cafe Brebes*. MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production, 2(2), 840-847.
- Fatmawati., dkk.(2023). *Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros-Makassar)*. MANUVER: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 1(3), 292-303.
- Ferawati, D., & Aminah, M. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Restoran Chicken Geprek Ken Dedes*. Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, 18(2), 113-124. <https://doi.org/10.29244/mikm.18.2.113-124>
- Hair., dkk. (2017). *Pengantar Tentang Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM) (edisi ke-2)*. Sage Publications.
- Hasibuan, E., dkk. (2022). *Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanhatu*. Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 17(2), 202-216. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.202-216>
- Hudin, M., dkk. (2024). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Di J.Co Donuts & Coffee: Studi Kasus Di Kota*

- Isnaini, F., dkk (2025). *Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Sidoarjo Di Platform Gofood Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. Riwayat: Educational Journal of History and Humanities, 950-966. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i2.44707>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mardyaningsih, S., dkk. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Kober Mie Setan Kediri*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, 1(3), 128-142. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i3.60>
- Melati & Utami, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Breadtalk Bogor Trade Mall*. Global Research on Tourism and Advancement, 5(2), 123-138.
- Melinda, M., & Gandajaya, L. (2022). *Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Retention Dengan Mediasi Customer Trust Dan Switching Barriers Pada Kokumi Paskal 23 Di Kota Bandung*. Journal of Accounting and Business Studies, 7(2), 67-83.
- Nurhamidah, E., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). *Pengaruh Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kebuli Curry House Karawang*. Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(11), 5135-5156. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i11.4753>
- Numiati., dkk. (2021). *Tingkat Loyalitas Mahasiswa Sebagai Pelanggan Shopee*. SEIKO: Jurnal of Management & Business, 4(2), 496-501.
- Ridwan, M, Sunarno., S & Huda., U. (2024). *Pengaruh Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus "Rumah Makan Ayam Bakar Pinggir Jalan" Pondok Kelapa)*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Perbankan Syariah, 8(1), 169-191. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v8i1.3783>
- Rufliansah, F., & Seno, A. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis, 9(4), 389-401. <https://doi.org/10.14710/ijab.2020.28226>
- Setiabudhi., dkk (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan Smartpls 4*. Borneo Novelty Publishing.

- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Sari, L. M. (2021). *Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia*. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 3(1), 35-49. <https://doi.org/10.34001/destinesia.v3i1.123>
- Sucipto, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Seafood Zonatri 68)*. *Jurnal Visi Manajemen*, 10(2), 102-114. <https://doi.org/10.56910/jvm.v10i3.529>
- Sumiati, H., dkk. (2023). *Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ice Cream & Tea Mixue Di Ruko Kartika Kecamatan Klari*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5680-5872. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.3097>
- Yuliana, E., & Purnama, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji Di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 112-123.
- Zamrizal, M. (2024). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kompetensi Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Kinerja Pegawai Di Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir*. Tesis Universitas Tridinanti Palembang.