

Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk dan Harga Sate dan Gulai pada Depot Pak Eko Desa Satak Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri

By Yuliana Sari; Sri Aliami; Ema Nurzainul Hakimah

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK DAN HARGA SATE DAN GULAI PADA DEPOT PAK EKO DESA SATAK, KECAMATAN PUNCU, KABUPATEN KEDIRI

Yuliana Sari¹, Sri Aliami², Ema Nurzainul Hakimah³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
e-mail: yulisari728@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
e-mail: srialiami@unpKediri.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
e-mail: emahakimah@unpkediri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis makanan semakin meningkat. Kondisi ini disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi sehingga perusahaan dituntut memenuhi dan mengimbangi perubahan. Persaingan bisnis kuliner memotivasi pengusaha untuk menunjukkan keunggulan produknya, persaingan harga, ketepatan media promosi, dan kualitas layanan sebagai strategi *marketing* untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: pengaruh signifikan antara kualitas produk dan harga secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen sate dan gulai kambing muda pada Depot Pak Eko. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik bersifat kausal dan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian yakni seluruh konsumen yang pernah membeli sate dan gulai kambing muda di Depot Pak Eko Desa Satak, Kec. Puncu, Kab. Kediri dengan sampel sejumlah 45 responden. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan harga secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KATA KUNCI : Kualitas produk, Harga, dan Kepuasan konsumen

1. LATAR BELAKANG

Jumlah pengusaha yang berbisnis makanan saat ini semakin lama semakin meningkat. Perusahaan harus mengupayakan untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan. Persaingan yang ketat memotivasi para pelaku bisnis berusaha untuk menunjukkan keunggulan dengan berbagai strategi *marketing* yang digunakan untuk memuaskan konsumen. Sebagai konsekuensinya, pengelola usaha berusaha menciptakan produk yang berkualitas, harga terjangkau, ketepatan media promosi yang digunakan, dan pemberian pelayanan secara maksimal agar nilai kepuasan dirasakan oleh konsumen. Strategi ini harus terintegrasi dan bersinergi baik secara internal maupun eksternal untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Dinamika bisnis dalam paparan di atas, memotivasi perusahaan untuk menciptakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dan penetapan harga bersaing melebihi harapan konsumen. Apabila keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi diharapkan mampu menciptakan rasa puas. Hal ini selaras dengan pendapat yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:129) bahwa, kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa atau layanan yang berkualitas serta harga bersaing. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan atas kinerja dan harapan. Konsumen akan merasa puas jika kinerja yang diberikan melebihi dari apa yang diharapkan para konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap barang ataupun jasa yang diberikan, kemungkinan besar akan membeli ulang dari para penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang dapat memuaskan semua para konsumen akan meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang. Kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang

setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Armstrong, 2012:122). Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan biaya dan kemudahan (Daryanto 2014:53-54).

Salah satu yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian adalah kualitas produk. Apabila ingin menciptakan kepuasan konsumen, maka produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas dan bervariasi sesuai keinginan para konsumen. Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Wijaya 2011:91). Terdapat hasil penelitian yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Cahyani dan Sitohang 2016). Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan (Kotler dan Armstrong, 2012:112).

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen selain dipengaruhi oleh kualitas produk dapat juga dari keterjangkauan harga. Harga merupakan salah satu faktor penentu pembelian dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga cenderung tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha dan Handoko 2010:147). Terdapat hasil penelitian yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Wijaya 2017).

Pada era sekarang, salah satu usaha yang sangat diminati oleh masyarakat yakni usaha makanan. Mengingat, makanan merupakan kebutuhan pokok yang selalu dicari oleh konsumen. Merintis usaha makanan tidak terlalu membutuhkan modal yang banyak atau cenderung menyesuaikan dengan jenis makanan yang akan dijual. Selain itu, bisnis makanan merupakan jenis usaha yang memiliki prospek baik, tentunya apabila direncanakan secara baik untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Dipercaya dan disukai oleh konsumen, bukanlah hal yang mudah didapat, karena persaingan usaha terutama makanan cepat saji sate dan gulai yang semakin ketat dengan menghandalkan resep para pelaku bisnis agar laku di pasaran. Segmentasi pada bisnis ini tinjau dari aspek demografi yang artinya berapapun usianya, apapun jenis kelaminnya, berapapun tingkat ekonominya dan apapun tingkat pendidikannya mampu mengkonsumsi sate dan gulai. Konsumen depot sate dan gulai dapat dinikmati siapa saja mulai dari anak kecil hingga orang dewasa maupun lanjut usia. Produk makanan dari sate dan gulai ini dapat dinikmati oleh laki-laki maupun perempuan sehingga siapapun dapat mencobanya. Depot sate dan gulai tidak memiliki pangsa pasar tertentu dalam memasarkan produknya. Konsumen bisa datang dari kalangan pelajar, mahasiswa, pengusaha, pejabat, hingga selebritas. Hal ini membuktikan bahwa semua orang dapat menikmati produk sate dan gulai dengan harga yang terjangkau.

Depot Sate dan Gulai Kambing Muda Pak Eko merupakan salah satu jenis usaha yang menghasilkan produk berupa makanan. Idealnya konsumen yang membeli sate dan gulai mendapatkan rasa puas, baik ditinjau dari kualitas makanan dan harga. Depot Sate dan Gulai Kambing Muda Pak Eko berlokasi di Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri berdiri sejak tahun 2006, tentunya diharapkan mengetahui data empiris tentang kepuasan konsumen baik ditinjau dari kualitas produk dan harga. Berdasarkan survei dan awal wawancara dari peneliti, sejak tahun berdirinya Depot ini tidak pernah sepi pelanggan. Konsumen yang cenderung memiliki pendapatan berbeda-beda. Konsumennya, diantaranya adalah orang yang gemar melakukan wisata kuliner dan pecinta sate dan gulai.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas produk dan harga sebagai fokus dari penelitian. Untuk itu, penulis ingin memperoleh data secara empiris melalui penelitian. Adapun judul yang diteliti yakni "Analisis Kepuasan Konsumen ditinjau dari Kualitas Produk dan Harga Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri".

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis tentang :

- 1) Pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.
- 2) Pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.

- 3) Pengaruh antara kualitas produk dan harga secara silmutan terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.

2. METODE

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik bersifat kausal dan pengumpulan data melalui kuesioner yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Populasi penelitian yakni seluruh konsumen yang pernah membeli sate dan gulai kambing muda di Depot Pak Eko Desa Satak, Kec. Puncu, Kab. Kediri dengan sampel sejumlah 45 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling insidental*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang telah memenuhi uji asumsi klasik. Sedangkan uji hipotesis dengan uji F dan uji t.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda dijelaskan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,310	2,547		,514	,610
	Kualitas Produk	,295	,112	,418	2,644	,011
	Harga	,362	,130	,442	2,794	,008

Sumber: Data diolah, 2020

1) Persamaan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 1, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1,310 + 0,295X_1 + 0,362X_2 + e$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat diartikan sebagai berikut:

- a) Konstanta = 0,1,310
Jika variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 0,1,310
- b) Koefisien X1 = 0,295
Setiap penambahan satu satuan kualitas produk (X1) dan harga (X2) tetap atau tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,295 kali. Sebaliknya, jika kualitas produk (X1) turun satu satuan dan harga (X2) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,295 kali.
- c) Koefisien X2= 0,362
Setiap penambahan satu satuan harga (X2) dan kualitas produk (X1) tetap atau tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,362 kali. Sebaliknya, jika harga (X2) turun satu satuan dan kualitas produk (X1) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,362 kali.

Tabel 2: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,823 ^a	,677	,662	1,883	1,981

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 2 dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0,662. Hal ini berarti 66,2% kualitas produk dan harga menjelaskan kepuasan konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 33,8% yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

a) Uji t

Tabel 3: Hasil Uji Signifikan Parameter Individual

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,310	2,547			,514	,610
	Kualitas Produk	,295	,112	,418		2,644	,011
	Harga	,362	,130	,442		2,794	,008

Sumber: Data Diolah. 2020

Hasil dari perhitungan uji statistik t dapat dilihat pada tabel 3, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Hasil uji variabel kualitas produk diperoleh nilai sig. Variabel kualitas produk adalah 0,011 < 0,05 dan diperoleh nilai t hitung 2,644 > t tabel 2,016 yang berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini disebabkan ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- (2) Hasil uji variabel harga diperoleh nilai sig. Variabel harga adalah 0,008 < 0,05 dan diperoleh nilai t hitung 2,794 > t tabel 2,016 yang berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini disebabkan ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

b) Uji F

Tabel 4 : Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	312,112	2	156,056	44,029	,000 ^b
	Residual	148,866	42	3,544		
	Total	460,978	44			

Sumber: Data diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4 pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. H_0 ditolak, H_a diterima, hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh F hitung $42,700 > F$ tabel $3,211$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh secara silmutan (bersama-sama) antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1. Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikan hasil sebesar $0,011 < 0,05$. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kualitas produk mempunyai peran dalam menentukan tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

Penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Cahyani dan Sitohang (2016), membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya.

b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikan hasil sebesar $0,008 < 0,05$. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa harga mempunyai peran dalam menentukan tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

Penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Wijaya (2017) , membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Madiun Masakan Khas Rudy.

c. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar $0,000$ yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu $0,05$ atau 5% , sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar $0,662$ yang berarti bahwa $66,2$ kepuasan konsumen menjelaskan kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga sedangkan sisanya $33,8\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dari kedua variabel independen tersebut, variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen adalah harga karena

mempunyai nilai tertinggi pada *Standardized Coefficients Beta* yaitu sebesar 0,442 yang dapat dilihat pada tabel 3.

Penelitian ini dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Fiazisyah dan Purwidiani (2018), oleh menyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk M2 Fashion Online di singaraja tahun 2015.

13 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut: (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. Hal ini memberi arti bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. Hal ini memberi arti bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. (3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. Hal ini memberi arti bahwa kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Febby Gita, dan Sitohang 9. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(3): 1–19.
- Daryanto, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fiazisyah, Annisa, dan Purwidiani Niken. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya." *Jurnal Tata Boga* 7(2): 178–87.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12th ed. ed. Wibi Maulana, Adi dan Barnadi, Devri, dan Hardani. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu & Handoko, Hani. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Wijaya, Violita Cynthia. 2017. "Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy." *Jurnal Agora* 5(1).

Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk dan Harga Sate dan Gulai pada Depot Pak Eko Desa Satak Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.undip.ac.id Internet	41 words — 2%
2	ojs.unpatti.ac.id Internet	39 words — 2%
3	journal.widyadharma.ac.id Internet	31 words — 1%
4	journal.umy.ac.id Internet	26 words — 1%
5	journals.usb.ac.ir Internet	24 words — 1%
6	journal2.uad.ac.id Internet	20 words — 1%
7	e-jurnal.lppmunsera.org Internet	18 words — 1%
8	jurnal.darmajaya.ac.id Internet	17 words — 1%
9	ejournal.unib.ac.id Internet	17 words — 1%
10	ejournal.unira.ac.id Internet	16 words — 1%

11	www.eurojournals.com Internet	13 words — 1%
12	www.ijssse.org Internet	13 words — 1%
13	ejournal.stkipjb.ac.id Internet	12 words — < 1%
14	ejournal.unp.ac.id Internet	9 words — < 1%
15	jurnal.ugm.ac.id Internet	9 words — < 1%
16	prosiding.upgris.ac.id Internet	9 words — < 1%
17	ibudanmama.com Internet	9 words — < 1%
18	jurnal.untad.ac.id Internet	9 words — < 1%
19	jurnal.unsyiah.ac.id Internet	8 words — < 1%
20	journals.itb.ac.id Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF