

PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL
MANAJEMEN, EKONOMI, AKUNTANSI
DAN *CALL FOR PAPER***

"Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19"

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

Sabtu, 19 September 2020



Penerbit Fakultas Ekonomi
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi V 2020

Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19

Pemakalah SENMEA V

Diterbitkan Oleh/ Published by :
Penerbit Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. KH.Ahmad Dahlan no.76 Kediri

Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi V 2020: **Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19**

Penanggung jawab	: Dr. Subagyo, M.M.
Pengarah	: Sigit Puji Winarko, M.Ak Restin Meilina, M.M. Bayu Sulindra, M.Pd.
Ketua pelaksana	: Dr. Faisol, M.M.
Sekretaris	: Erna Puspita, M.Ak
Bendahara	: Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A. Dyah Ayu Paramitha, M.Ak
Tim Reviewer	: Prof. Sugiyono, M.M. Dr. Subagyo, M.M. Dr. Samari, M.M. Dr. Rr. Foryjati, M.M. Dr. M. Muchson, M.M. Dr. M. Anas, M.M., M.Ak.
Tim Call Paper	: Diah Ayu Septi Fauji, M.M. Amin Tohari, M.Si. Linawati, M.Si. Diah Nurdiwati, M.S.A. Bambang Agus Sumantri, M.M. Dr. Eunike Rose Mita Lukiani, M.Pd. Hery Purnomo, M.M. Dhiyan Septa Wihara, S.P., M.M.
Editor	: Diah Ayu Septi Fauji, M.M.
Setter / Lay-outer	: Amin Tohari, M.Si.
Desain Cover	: Achmad Muhaimin, S.E.
Tema Cover	: Sinergy of Technology

Cetakan 1, September 2020
ISBN : 978-623-94619-4-2

Diterbitkan Oleh/ Published by :
Penerbit Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. KH.Ahmad Dahlan no.76 Kediri

PRAKATA PANITIA

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, Seminar ke-5 Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (SENMEA) bertema “Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era COVID 19” dapat diselenggarakan pada 19 - 20 September 2020. Konferensi ini dilatarbelakangi oleh Fenomena wabah pandemi COVID memaksa individu, kelompok, instansi, negara untuk mengubah gaya hidup dan perilaku selama ini. Jika individu, kelompok, lembaga, negara tidak melakukan perubahan, maka perubahan itu otomatis akan menghancurkan mereka. Konferensi tersebut bertujuan untuk mendapatkan ide, rumusan kebijakan, dan sinergi menuju perekonomian nasional dan global yang inklusif, baik dalam lingkup ekonomi, bisnis, maupun akuntansi.

Konferensi tersebut mengundang keynote speaker dan pembicara dari kalangan pemerintah, pengambil kebijakan, akademisi, dan praktisi untuk membahas tema seminar. Keynote speaker dalam konferensi ini adalah Emil Elistianto Dardak, Ph.D (Wakil Gubernur Provinsi Jawa Timur Indonesia), Prof. Candra Fajri Ananda, SE., M.Sc. P.hD. (Anggota FGD RUU BI, Kerjasama Internasional, Bagian Eropa Universitas Brawijaya), Dias Satria, SE., M.App.Ec., PhD. (Ketua Program Sarjana Internasional (Ekonomi, Keuangan dan Perbankan) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya). Pembicara yang diundang adalah Dr. Sri Aliami MM. (Peneliti dan Dosen Manajemen UNP Kediri), Dr. Eunike Rosa Mita Lukiani, M.Pd (Peneliti dan Dosen Pendidikan Ekonomi UNP Kediri), Dr. Faisol (Dosen dan Pemimpin Redaksi Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Universitas dari Nusantara PGRI Kediri).

Selain itu, sebanyak 82 makalah dari kalangan akademisi termasuk mahasiswa dipresentasikan dalam konferensi ini. Konferensi ini dihadiri oleh pembicara dan pemateri dari beberapa Universitas yaitu STIE Nganjuk, Politeknik Cahaya Surya Kediri, STT Cahaya Surya, Universitas Batik Surakarta, Universitas Muhamadiyah Sukabumi Jawa Barat, Universitas Trunojoyo, Universitas Katholik Widya Mandala Madiun, Universitas Islam Kediri, STIE Sultan Agung, dll.

Dalam kesempatan tersebut panitia menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yaitu:

- a) Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI yang memfasilitasi konferensi ini;
- b) Seluruh panitia, reviewer, dan mahasiswa yang telah menyelenggarakan acara ini dengan baik;
- c) Semua presenter yang telah memberikan kontribusi dan berbagi ide yang relevan dengan tema dan sub-tema konferensi ini; dan
- d) Semua peserta dan sponsor yang telah berpartisipasi dalam konferensi ini.

Terakhir, panitia berharap konferensi ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan ilmu ekonomi, bisnis, dan akuntansi. Saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan konferensi seri selanjutnya kedepannya.

Kediri, September 19th, 2020

Dr. E. Faisol
Ketua Panitia

SAMBUTAN DEKAN

Puji syukur marilah senantiasa kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi, dan *Call for Paper* (SENMEA 5) dengan tema “**Rekstruturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid-19**” dapat terlaksana.

Perekonomian dunia mengalami pelambatan sejak *covid-19* ditetapkan sebagai pandemi oleh Badan Kesehatan Dunia pada akhir Februari yang lalu. Akibat pandemi masyarakat harus menerapkan protokol kesehatan dalam melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis. Masyarakat harus berhati-hati dan menjaga jarak dalam berinteraksi dengan orang lain. Dampak dari pembatasan tersebut, perilaku masyarakat mengalami perubahan, yang semula kegiatan banyak dilakukan secara *offline*, berubah menjadi *online*. Hal tersebut menjadikan beberapa pelaku usaha khususnya di bidang transportasi, wisata dan perhotelan mengalami hambatan, demikian pula usaha yang selama ini mengandalkan penjualan secara *offline* mengalami penurunan penjualan yang signifikan, dan bahkan banyak pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terpaksa harus gulung tikar.

Sebanyak 97% lebih pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM, sehingga kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja sangat besar. Jika sektor yang memiliki banyak keterbatasan ini tidak diselamatkan, maka perekonomian nasional dapat terganggu. Begitu besar peran UMKM dalam ekonomi suatu negara, keberadaan UMKM menjadi perhatian serius oleh pemerintah dalam masa pandemi ini. Alokasi dana yang cukup besar digelontorkan untuk mengurangi dampak pandemi *covid-19* dalam rangka meningkatkan daya beli masyarakat yang akhirnya bisa menggerakkan roda perekonomian, mulai dari *rebudgeting*, insentif perpajakan, restrukturisasi kredit, fasilitasi akses pasar, pelatihan-pelatihan dalam rangka memperkuat kapasitas UMKM sampai dengan pelatihan *e-marketing*.

Kebijakan dan insentif yang diberikan oleh pemerintah sifatnya sementara, oleh sebab itu pelaku UMKM harus menerapkan berbagai strategi agar usaha tetap bertahan dan bahkan bisa berkembang pada masa dan pasca pandemi *covid-19*, baik strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, produksi dan optimalisasi kemampuan wirausaha. Oleh sebab itu dengan momentum seminar nasional dan *call for paper* yang mengambil tema “**Rekstruturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19**” bisa memberikan kontribusi pemikiran nyata bagi pelaku usaha dalam menghadapi era *covid-19*.

Demikian sambutan yang bisa saya sampaikan, atas nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri saya mengucapkan terimakasih kepada para nara sumber, pemakalah dan peserta seminar dalam SENMEA ke lima ini, semoga sumbang pemikiran bpk/ibu/sdr memberi kontribusi yang positif bagi kemajuan perekonomian Indonesia.

Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.

54	Rahita Rosdiana Putri, Gatot Wahyu Nugroho, Tina Kartini	Analisis Prosedur Dan Kebijakan Kredit Untuk Memperkecil Resiko Kerugian Piutang Tak Tertagih (Studi Kasus Pada PT. Federal International Finance Cabang Sukabumi)
55	Roimatul Hamidah, Citra Intan Harum Permata, Bayu Surindra, Elis Irmayanti	Pengaruh Optimalis Pembelajaran Online Dan Partisipasi Mahasiswa Terhadap Motivasi Belajar Online Mahasiswa Tingkat Ii Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
56	Sasha Rebeca, Badrus Zaman	Evaluasi Penerapan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 19 Tahun 2016 Pada Kantor Bpkad Provinsi Jawa Timur
57	Sigit Wisnu Setya Bhirawa, Lailatul Fitriah	Penetapan Harga Jual Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Menggunakan Pendekatan <i>Full Costing</i> Pada UD. Dzaky Alam Food Tahun 2019
58	Suci Monika, Subagyo	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Disiplin Dan Motivasi Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Siswa SMK Putra Harapan Plemahan Tahun Pelajaran 2019/2020
59	Suci Rahmawati Sofian, Deni Iskandar, Idang Nurodin	Analisis Selisih Tarif Rumah Sakit Dengan Tarif Inacbg's Pasien JKN Rawat Inap Kelas 3 Dan Kaitannya Dengan Kualitas Pelayanan
60	Veronika Agustini Srimulyani	"Pengaruh Eustress Peran, Kecerdasan Emosional Dan Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Kesejahteraan Psikologis Mompreneur"
61	Wahidatun Nafiah Alfarda, Mohammad As'adur Rofiq, Muhammad Afif An Nawawi, Rizky	Transformasi Bisnis Kreatif <i>Micro Entrepreneur</i> Dalam Mempertahankan Omset Di Masa Covid-19
62	Wita Nur R, Thalita Yumna W S,Aini Fortunilla,Efa Wahyu Prastyaningtyas	Pengaruh Pembelajaran <i>E- Learning</i> / Online Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Tingkat II Universitas Nusantara PGRI Kediri Selama Pandemi Covid'19
63	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
64	Arthur Daniel Limantara, Elkana Lewi Santoso, Subagyo	Analisis Penguasaan Teknologi Dalam Kesiapan Kota Kediri Menuju Kota Cerdas (<i>Smart City</i>)
65	Lita Deviana Sari, Subagyo, Moch. Wahyu Widodo	Strategi Pengelolaan Dana PRODAMAS Kelurahan Ngronggo Kecamatan Kota Kediri
66	Ari Widodo, Yuli Chomsatu S, Endang Masitoh W	Pengaruh <i>Environmental Performance</i> Terhadap <i>Economic Performance</i> Dengan <i>Environmental Disclosure</i> Sebagai <i>Variabel Intervening</i>
67	Sigit Ratnanto, Hery Purnomo	Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan "Soto Dok Lamongan" Nganjuk
68	Devi Endahsari, Gatot Wahyu Nugroho, Idang Nurodin	Pengaruh Tekanan, Kesempatan, Pembetulan,dan Kemampuan terhadap Tindakan Fraud Pengelolaan Dana Desa (Studi Kasus di Beberapa Desa Di Kabupaten Sukabumi)
69	Edwin Agus Buniarto	Implementasi Akuntansi Lingkungan Pada RSUD Gambiran Kediri
70	Tyas Karmaylia Krifahurrohamah, Faisol	Peran Pengeluaran Pemerintah pada Pembangunan Manusia: Model Efek Tetap (Studi Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Timur)
71	Niar Imaniar, Andri Indrawan , Risma Nurmilah	PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR (Studi Kasus Pada Home Industry Kopi Karuhun)
72	Zulia Kartikosari, Erna Puspita	Prediksi Kebangkrutan Dengan Z-Score

PROSIDING

2020
SENMEA

SENMEA V 2020

"Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19"

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**
Sabtu, 19 September 2020



Penerbit Fakultas Ekonomi
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ISBN 978-623-94619-4-2



9 786239 461942

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 mahal 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 mengandalkan 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 mengonsumsi 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	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

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 (X_1) dan harga (X_2) = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 0,1,310
- b) Koefisien X_1 = 0,295
Setiap penambahan satu satuan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) tetap atau tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,295 kali. Sebaliknya, jika kualitas produk (X_1) turun satu satuan dan harga (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,295 kali.
- c) Koefisien X_2 = 0,362
Setiap penambahan satu satuan harga (X_2) dan kualitas produk (X_1) tetap atau tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,362 kali. Sebaliknya, jika harga (X_2) turun satu satuan dan kualitas produk (X_1) 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 H_0 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 H_0 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.

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, S. 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).