

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(STUDI PADA KONSUMEN SO NICE DI DINOYO FROZEN FOOD OUTLET
MALANG MASA PPKM)

Rizkhi Febriyanti, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: riskyfebriyanti18@gmail.com

ABSTRAK

Dinoyo Frozen Food Outlet merupakan tempat usaha yang bergerak dibidang kuliner khususnya makanan frozen food. Lokasi Dinoyo Frozen Food Outlet ini berada di jl. MT Haryono No. 193 dengan jam buka 08.00-20.30 WIB setiap hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Jumlah sampel sebanyak 100 responden serta menggunakan SPSS versi 25 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung wisatawan secara simultan dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{table}$ ($76,614 > 2,70$).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Dinoyo Frozen Food Outlet is a place of business engaged in the culinary field, especially frozen food. The location of this Dinoyo Frozen Food Outlet is on Jl. MT Haryono No. 193 with opening hours 08.00-20.30 WIB every day. This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction. This type of research is quantitative. Data collection techniques using observation techniques, questionnaires, and documentation. The number of samples is 100 respondents and uses SPSS version 25 for windows. The results showed that the product quality variable had a positive and significant effect on the consumer satisfaction variable partially, as evidenced by a significance value of 0.001 0.05. The price variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction partially, as evidenced by a significance value of 0.000 0.05. Product quality and price variables have a positive and significant effect on the decision variable to visit tourists simultaneously as evidenced by the value of $F_{count} > F_{table}$ (76.614 2.70)

Keywords: Product Quality, Price, and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Salah satu tempat usaha di Kota Malang yang termasuk dalam sector UMKM yaitu Dinoyo Frozen Food Outlet Malang. Beralamat di Jl. MT. Haryono no. 193 sudah termasuk lokasi yang cukup strategis. Peminatnya cukup banyak karena produk yang dijual memiliki tingkat kualitas yang tinggi dan harga yang cukup terjangkau. Selain itu produk yang dijual oleh Dinoyo Frozen Food Outlet Malang dapat di konsumsi oleh semua kalangan sehingga cukup banyak yang tertarik untuk membelinya.

Konsumen yang membeli produk So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang

memiliki tingkat penjualan yang tidak stabil. Hal ini ditandai dengan data yang berasal dari Dinoyo Frozen Food Outlet Malang yang menunjukkan bahwa di bulan Maret hingga Mei penjualan relative naik, akan tetapi mengalami penurunan di bulan Juni.

**Tabel 1. Penjualan Produk So Nice pada
Dinoyo Frozen Food**

No	Bulan	Penjualan (pcs)
1	Maret	125 pcs
2	April	136 pcs
3	Mei	157 pcs

4	Juni	132 pcs
---	------	---------

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa penjualan produk So Nice di Dinoyo Frozen Food mengalami penurunan di Bulan Juni. Hal tersebut tentu didasari oleh factor-faktor tertentu seperti terjadinya peningkatan Covid-19 di Kota Malang di Bulan Juni. Terbukti pada saat observasi wawancara dengan karyawan Dinoyo Frozen Food Malang yang menyatakan bahwa terjadinya penurunan konsumen di latar belakang oleh peningkatan Covid-19 hingga konsumen merasa ragu untuk membeli produk di Dinoyo Frozen Food secara langsung. Selain itu Dinoyo Frozen Food Outlet Malang memiliki kondisi sosial cukup baik, hanya saja pada masa pandemi covid-19 traffic konsumen terjadi penurunan. Ditandai dengan masa sebelum PPKM konsumen masih cukup ramai membeli produk di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang, namun setelah PPKM mengalami penurunan konsumen. Selain itu table 2 sudah menunjukkan bahwasanya bulan Juni mengalami penurunan dikarenakan Covid-19 sehingga terjadi masa PPKM di Bulan Juli.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan beberapa konsumen di Dinoyo Frozen Food, beberapa konsumen menyatakan puas dengan produk So Nice. Terlihat dari 10 konsumen pada saat proses wawancara yang menyatakan bahwa dari 4 konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang menurut mereka memiliki rasa yang lebih lezat daripada produk lain. Sedangkan sisanya 6 konsumen merasa puas dari segi harga yang menurut mereka lebih terjangkau. Kemudian beberapa konsumen yang menyatakan puas juga berpendapat bahwa mereka mengunjungi Dinoyo Frozen Food lebih dari 3 kali.

Produk yang dijual di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang salah satunya adalah produk So Nice. So Nice sendiri memiliki kualitas produk dan harga yang cukup terjangkau. Kualitas produk pada So Nice memiliki keistimewaan tambahan, keandala, kesesuaian dengan spesifikasi, dan daya tahan yang cukup terjamin. Selain itu harga jual produk So Nice memiliki harga jual yang relative terjangkau.

Harga Produk So Nice

No	Nama Produk	Harga
1	Sosis So-Nice 500 gr	Rp. 30.000
2	Nugget Ayam So Nice 250 gr	Rp. 11.000

3	Nugget Ayam So Nice Stick 250 gr	Rp. 13.000
4	Sosis So-Nice Toples isi 24	Rp. 22.000

Sumber: Data diolah 2021

Produk So Nice banyak peminatnya karena merupakan produk yang sudah memiliki sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan BPOM. Hal itu semakin membuat masyarakat Kota Malang berminat untuk membeli karena rata-rata konsumen di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang merupakan masyarakat yang mayoritas bergama Muslim. Adanya label halal dan sertifikasi halal tersebut semakin membuat masyarakat percaya bahwa produk tersebut merupakan layak untuk di konsumsi, karena bebas dari hewan haram (babi dan turunannya). Terlihat dari bahan yang dibuat hingga proses pembuatannya yang berasal dari tata cara halal. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang kualitas produk dan harga dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yang ada pada Dinoyo Frozen Food Outlet Malang. Maka peneliti membuat penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN SO NICE DI DINOYO FROZEN FOOD OUTLET MALANG).**

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang?

TINJAUAN PUSTAKA**Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2009:4) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Harga

Menurut Tjiptono (2001:151) Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang, yang bertempat di Jl. MT. Haryono Malang No. 193

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang.

Sampel

Penulis mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang konsumen So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet Malang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Arikunto (2013:199) Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian dan sedikit melakukan sharing dengan pihak pengelola wisata.

2. Kuesioner

Menurut Arikunto (2013:194) kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ingin diketahui. Dalam hal ini kuesioner dilakukan *online* melalui *google form* yang diisi oleh responden wisatawan untuk memudahkan peneliti dalam proses pengambilan data.

3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2013:201) dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Dalam hal ini, data yang didapatkan adalah mengenai gambar lokasi penelitian, gambaran umum lokasi penelitian, serta data-data penunjang yang lain seperti laporan jumlah pengunjung dalam jangka waktu tertentu serta laporan perbandingan omset daerah.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Suharsini Arikunto (2006) dalam Supriyanto dan Maharani (2013:49) reliabilitas artinya dapat dipercaya, dapat diandalkan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dikatakan *reliable* apabila mampu memberikan hasil yang tetap atau ajeg walaupun dilakukan siapa saja, kapan saja, dan apabila dipergunakan secara berulang memberikan hasil ukur yang sama.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Regresi Linear Berganda

Menurut Supriyanto dan Maharani (2013:65) Regresi linear berganda digunakan untuk menghitung pengaruh atau ramalan dua atau lebih variabel X terhadap satu variabel Y.

Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (t)

Menurut Hasan (2009:31), Uji parsial digunakan untuk menguji signifikan atau tidanya hubungan dua variabel antara variabel interval atau rasio dengan variabel interlval atau rasio yang melibatkan hubungan lebih dari dua variabel dengan mengkonstantakan variabel yang tidak kita ukur.

b) Uji Simultan (F)

Menurut Hasan (2009:99), Uji simultan digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel

- c) Koefisien Determinasi (R^2)
Menurut Ghozali (2018:97) Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*.

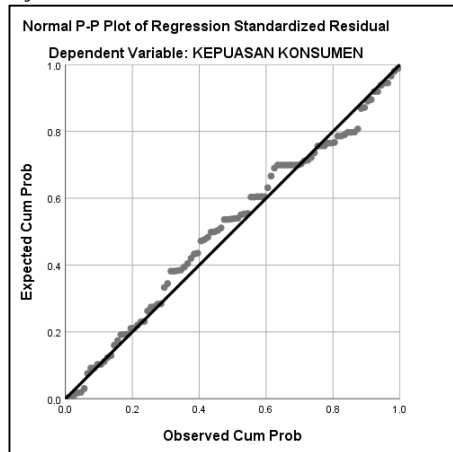
PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Instrumen

- a) Uji Validitas
Hasil dari uji validitas menggunakan aplikasi SPSS diketahui variable X1, X2, dan Y memiliki memiliki $r_{hitung} > r_{table}$ (sig 0,01 = 0,256). Hal tersebut dapat dikatakan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah valid.
- b) Uji Reliabilitas
Hasil dari uji validitas menggunakan aplikasi SPSS diketahui variable X1, X2, dan Y memiliki memiliki $r_{hitung} > r_{table}$ (sig 0,01 = 0,256). Hal tersebut dapat dikatakan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah valid.

Uji Asumsi Klasik

- a) Uji Normalitas



Pada Gambar diatas dapat diketahui bahwa penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Maka model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

Regresi Linear Berganda

Diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel kualitas produk (X_1) = 0,238, harga (X_2) = 0,529

$$Y = 1.347 + 0,238 X_1 + 0,529 X_2$$

Uji Hipotesis

- a) Uji Parsial (t)

Diketahui bahwasanya nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk (X_1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y)
Diketahui bahwasanya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel Harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

- b) Uji Simultan (F)

Diketahui nilai F_{table} adalah 3,09 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Sehingga $F_{hitung} > F_{table}$ atau $76.614 > 3,09$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Diketahui bahwasanya nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk (X_1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y)
2. Diketahui bahwasanya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel Harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
3. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Produk So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet dengan nilai

$F_{hitung} > F_{table}$ atau $76.614 > 3,09$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Saran

Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu atau kualitas produk dan mempertahankan harga yang konstan. Karena variabel Harga mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen, dimana produk So Nice di Dinoyo Frozen Food Outlet memiliki harga yang cukup terjangkau sehingga konsumen merasa puas akan harga tersebut.

Diharapkan juga untuk lebih memperbaiki desain pada kantong kemasan agar lebih menarik lagi demi meningkatkan kepuasan konsumen di masa PPKM. Karena berdasarkan hasil responden yang menunjukkan mean terendah diantara Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen terdapat pada variabel Kualitas Produk indikator estetika.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk Merek*. Pasuruan: Qiara Media
- Hair, Mc. Daniel, dkk. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Hasan, Iqbal. 2009. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Konsumen. Cetakan Pertama*. Jakarta: Pradnya Paramitha, h. 45. Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium)*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Phillip & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen & Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan & Akdon. 2013. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*. Bandung: Alfabeta
- Stanton, W. J. 2010. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ke-7*. Jakarta: Erlangga
- Sudargono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, Danang & Setiawan, Ari. 2013. *Statistik Kesehatan Parametrik, Non Parametrik, Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Swastha, B & Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-2*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi Ke-3*. Yogyakarta: Andi