

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kios Topas Amurang

Rafael J. Pongoh,
Tinneke M. Tumbel,
Olivia F.C Walangitan

*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
pongohrafael3@gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the Effect of Product Quality and Price on Customer Satisfaction. with a sample of 100 respondents. The sampling technique used the roscow technique and data collection using a questionnaire. Data analysis used instrument testing, classical hypothesis testing, multiple correlation coefficient analysis, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and determination coefficient with data processing using SPSS version 25. The results of this study indicate that partially Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction, partially Price has a significant effect on Customer Satisfaction and simultaneously Product Quality and Price have a significant effect on Customer Satisfaction.

Keyword: Product Quality, Price, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. dengan responden yang dijadikan sampel berjumlah sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik roscow dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis ini semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Citra rumah makan yang sudah terbentuk di mata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu atau hidangan yang tersedia. Rumah makan menjadi tempat yang menyenangkan, di dalam memuaskan kebutuhan untuk dapat menikmati hiburan dan menikmati menu atau hidangan yang tersedia dengan suasana santai dan nyaman. Dimana mereka dapat menghabiskan waktu berkumpul bersama keluarga, teman atau relasi dalam suasana yang informal.

Kualitas produk juga tak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas, dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor 2012).

Harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Simamora (2000 : 574) harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Menurut Lovelock & Wirtz (2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Berdasarkan latar belakang ini, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kios Topas Amurang.”

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan dalam perusahaan. Kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk. Menurut Tjiptono (2015:315) menjelaskan ada beberapa dimensi kualitas produk yang diantaranya terdiri dari:

1. *Performance* (kinerja). Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (Daya Tahan). Yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
3. *Features* (Fitur). Adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
4. *Aesthetics* (Estetika). Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk tersebut.

Harga

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan 2008 :298). Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Saladin 2008:95). Harga juga merupakan suatu unsur penting dalam sebuah perusahaan, dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan pemasukan bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap barang dan jasa oleh para konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Riyono dan Budiharjo (2016), terdapat empat indikator harga yaitu : Keterjangkauan harga, Kesesuaian Harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Djaslim Saladin (2003) Pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan - harapannya. Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang dan jasa.

Hipotesis

Berikut ini hipotesis dari penelitian ini:

- H1: Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kios Topas Amurang
H2: Harga (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kios Topas Amurang
H3: Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kios Topas Amurang

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Kios Topas Amurang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi ini adalah orang - orang yang pernah berkunjung ke Kios Topas Amurang lebih dari sekali. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik teori roscoe. Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden,

alasan peneliti memilih 100 responden karena jumlah tersebut berada diantara rentang 30 sampai dengan 500 responden yang menjadi syarat dari teori roscoc.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 1 menggambarkan hasil analisis korelasi berganda. Berdasarkan tabel ini, terdapat korelasi antara variabel kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan. Dan jika dibandingkan dengan tabel interpretasi nilai R sebesar 0,834 yang berada pada nilai 0,7-0,9 ini artinya menyatakan hubungan keeratan kuat.

Tabel 1 Analisis Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.834 ^a	.696	.690	1.94761	.696	111.149	2	97	.000

Sumber. Olahan Data SPSS 25 (2023)

Koefisien Determinasi (R²)

Dari hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.690	1.948

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber : SPSS 26

Dalam table di atas ini menunjukkan bahwa nilai Adjusted R square sebesar 0,690 hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Independen Kualitas Produk dan Harga terhadap variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 69,0 %.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 menyajikan hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 3 Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.254	1.491		1.511	.134
	Produk	.329	.101	.332	3.265	.002
	Harga	.431	.082	.536	5.269	.000

Sumber. Olahan Data SPSS 25 (2023)

Hasil dari tabel tersebut diperoleh persamaan regresi: $Y = 2,254 + 0,329X_1 + 0,431 X_2$. Dari persamaan regresi ini, nilai a sebesar 2,254. Variabel X1 memiliki pengaruh positif dengan nilai b1 = 0,329. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X1 sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,329 atau 32,9%. Variabel X2 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai b =0,431. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X2 sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,431 atau 43,1%.

Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Uji t

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	2.254	1.491		1.511
	Kualitas Produk	.329	.101	.332	3.265
	Harga	.431	.082	.536	5.269

Sumber. Olahan Data SPSS 25 (2023)

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai t pada variable kualitas produk (X1) sebesar 3,265 dengan nilai sig (0,002) < (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Untuk variabel harga (X2), diketahui nilai t sebesar 5,269, dan sig (0,000) < (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Uji F (Simultan)

Hasil uji f dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	843.221	2	421.610	111.149
	Residual	367.939	97	3.793	
	Total	1211.160	99		

Sumber. Olahan Data SPSS 25 (2023)

Dilihat dari tabel di atas dapat di ambil kesimpulan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan secara bersama terdapat pengaruh produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada kios Topas Amurang. Dan nilai F hitung 111,149 dengan nilai sig (0,000) < (0,05) dapat disimpulkan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan memperhatikan kualitas rasa makanan serta kebersihan dari bahan baku makanan sehingga adanya rasa puas dari para pelanggan di kios topas amurang. Sementara untuk variabel harga juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Para pelanggan yang dari kelas menengah kebawah pun dapat menikmati produk dengan harga yang sangat terjangkau. Harga yang sangat terjangkau inilah yang membuat para dari semua kalangan ingin merasakan cita rasa makanan yg ditawarkan oleh kios topas amurang. Kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang memperkuat bahwa dua variabel kualitas dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2002. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfa beta.
Anwar P. M. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
Budi Triongko 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang.

- Durianto, D. S. dan Sitijintak, T. 2001. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. 2002. Metode Penelitian Manajemen, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gahanesya K. Wehelmina R. Sandra A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu – Dabu Iris Fresh Wenang Manado. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 8. No. 2, 2019.
- Gaol, L. J. 2014. A to Z Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hardiansyah. 2011. Kualitas Pelayanan Publik, Yogyakarta: Gaya Media.
- Shiercky R. Tinneke M. T. Danny M. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Bar & Bar Ramen Cabang Sario Manado. Jurnal Productivity, Vol. 4 No. 5, 2023 e-ISSN. 2723-0112.
- Stanton J, Wiliam. 2000. Prinsip Pemasaran. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfa beta CV.