

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN MALANG (Studi pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Angkatan 2018)

Mochamad Naufali Rizki ¹
Eko Boedhi Santoso ²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ naufalirp@gmail.com

² eko.boedhi@polinema.ac.id

Abstrak

Sebuah restoran bernama Mie Gacoan Kendal Sari Kota Malang menyajikan mie dengan tingkat bumbu pedas yang terjangkau bagi konsumen. Penelitian ini mencoba menganalisis bagaimana kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen berhubungan satu sama lain.

Penelitian ini mencakup penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 56 mahasiswa D4 Pemasaran Manajemen Politeknik Negeri Malang angkatan 2018. Dengan batasan responden yang telah membeli dan mengkonsumsi dua kali atau lebih di Mie Gacoan Kendal Sari Malang. Responden dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis, dan teknik analisis data.

Menurut temuan penelitian, kualitas produk dan harga berdampak pada kepuasan konsumen. Hal ini diharapkan perusahaan akan mampu menampilkan item dan membuat menu makanan serta minuman yang benar-benar lebih menarik dengan harga yang lebih murah dan memberikan imbalan seperti harga diskon atau minuman gratis ketika ada acara khusus. Jika konsumen puas dengan Mie Gacoan, perusahaan menyarankan konsumennya memberikan ulasan pada situs (Google) dikarenakan untuk mendapat nilai tambah pada Mie Gacoan ataupun untuk evaluasi kedepannya.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kepuasan konsumen.

Abstract

A restaurant called Mie Gacoan Kendal Sari Malang serves noodles with a level of spicy seasoning that is affordable for consumers. This study attempts to analyze how product quality, price, and consumer satisfaction relate to each other.

This study includes quantitative research using questionnaires given to 56 D4 Marketing Management Students of the Malang State Polytechnic class of 2018. With the limitation of respondents who have bought and consumed two or more times in Mie Gacoan Kendal Sari Malang. Respondents were selected using purposive sampling method. This study used multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and data analysis techniques.

According to research findings, product quality and price have an impact on consumer satisfaction. It is expected that the company will be able to display items and create a really more attractive food and beverage menu at a cheaper price and provide rewards such as discounted prices or free drinks when there is a special event. If consumers are satisfied with Mie Gacoan, the company advises consumers to provide reviews on the site (Google) because to get added value on Mie Gacoan or for future evaluation.

Keywords: quality product, price, satisfaction customer.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kemajuan usaha di Indonesia belakangan ini di bidang kuliner maju semakin cepat. Hal ini dikarenakan setiap tahunnya banyak kuliner yang baru muncul dengan

menawarkan beraneka macam tipe keunikan disetiap usaha makanannya. Besarnya persaingan dalam bidang kuliner antara usaha satu dengan usaha lainnya cukup pesat. Maka dari itu, setiap usah kuliner harus bersaing dan berinovasi untuk menciptakan ciri khas dan

keunikannya agar mampu bersaing serta menarik perhatian calon konsumen. Persaingan usaha kuliner di Indonesia mengalami peningkatan khususnya Kota Malang. Berbagai jenis makanan dapat ditemukan di kota ini baik restoran hingga sekelas warung kaki lima. Kota Malang memiliki baraneka macam mie, misalnya mie pedas yang digemari banyak orang.

Mie Gacoan adalah sebuah restoran di Malang yang menyuguhkan olahan mie berbumbu pedas. Rumah makan ini merupakan spesialis makanan mie goreng dengan pilihan tingkat level kepedasan. Mie Gacoan sangat digemari dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan keluarga. Konsumen dari berbagai kalangan tersebut akan memilih suatu produk biasanya dari mempertimbangkan segi kualitas produk.

Berdasarkan latar belakang di atas, guna memperoleh pangsa pasar yang luas dapat diberikan kualitas produk dan harga yang terbaik kepada para konsumen. Uraian tersebut dapat ditarik judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang (Studi pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Angkatan 2018)”.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah kualitas produk dan harga baik secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan di Kendal Sari Malang.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk dan harga berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan di Kendal Sari Malang.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kajian Empiris

Peneliti Yahya (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro. Kesimpulan peneliti yaitu kepuasan konsumen sangat menguntungkan karena dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga di Toko Dany Bojonegoro”.

Peneliti Susanti (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. Kesimpulannya yaitu kualitas produk, fasilitas dan harga secara simultan mempengaruhi

kepuasan konsumen pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.

Peneliti Chairuna (2017) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Dari PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Komplek Tasbih 1 Dan 2). Kesimpulan peneliti yaitu harga dan kualitas terhadap produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti Viotomo (2018) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad-Medan. Kesimpulan peneliti yaitu kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh perubahan harga dan kualitas produk pada Rumah Makan Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad-Medan.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Produk

Definisi menurut Assauri (2015: 211) mengatakan bahwa “kapasitas merek atau produk tertentu untuk melakukan tujuan yang diinginkan adalah ukuran kualitas produk dan berfungsi sebagai bentuk untuk kesenangan konsumen”.

2.2.2 Harga

Definisi menurut Ramli (2013: 51), mengatakan bahwa “nilai relatif produk adalah kesadaran akan biaya produksi dan bukan merupakan perkiraan yang dapat diandalkan tentang kuantitas sumber daya yang dibutuhkan”.

2.2.3 Kepuasan Konsumen

Definisi menurut Kotler dan Gary Armstrong (2014: 150) mengatakan bahwa “munculnya perasaan gembira maupun kecewa sebagai akibat dari kontras antara hasil (kinerja) produk yang dibayangkan dengan yang diantisipasi (hasil)”.

2.3 Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Definisi berdasarkan Assauri (2015: 211) mengatakan bahwa “sebuah pernyataan tentang kualitas produk yang mengungkapkan seberapa puas konsumen dengan merek atau kemampuan produk untuk melakukan tujuan yang diinginkan”.

2.3.2 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen

Definisi berdasarkan Machfoedz (2010: 69) mengatakan bahwa “nilai uang yang diperdagangkan pelanggan untuk penggunaan barang atau jasa atau untuk menuai keuntungan kepemilikan adalah definisi penetapan harga yang luas”.

2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Bedasarkan dua elemen di atas yakni harga tentang kualitas produk yang menyampaikan tingkat kepuasan konsumen terhadap merek atau kapasitas produk dalam memenuhi fungsi penetapan harga dengan nominal uang yang ditukar konsumen dalam penggunaan produk, layanan, atau untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti melakukan penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian.

3.2 Populasi

Penelitian ini menggunakan populasi Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang angkatan 2018, sedikitnya 65 orang yang membeli dan mengkonsumsi Mie Gacoan Kendal Sari Malang sebanyak dua kali.

3.3 Sampel

Berdasarkan jumlah populasi digunakan perhitungan Rumus Slovin dengan pengambilan sampel sebanyak 56 sampel.

3.4 Teknik Sampling

Memakai *Non probability sampling* dengan pemakaian teknik *purposive sampling*.

3.5 Definisi Operasional Variabel (DOV)

Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012: 121) mengatakan bahwa “DOV dalam penelitian ini memiliki lima indikator dalam variabel kualitas produk diantaranya yakni keandalan produk, estetika produk, daya tahan produk, keistimewaan produk, kesesuaian terhadap spesifikasi, dan keandalan produk”. Selanjutnya menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2012: 347) mengatakan bahwa “kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk, keterjangkauan harga, dan potongan harga merupakan indikator dari penetapan harga”. Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016: 101) mengatakan “minat beli kembali, kesediaan merekomendasikan, menciptakan keputusan pembelian pada

perusahaan yang sama, kesesuaian harapan, dan menciptakan citra merek merupakan indikator variabel kepuasan konsumen”.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data melibatkan penyebaran kuesioner *Google Forms* kepada Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran dari Politeknik Negeri Malang 2018 yang telah membeli dan menyantap Mie Gacoan Kendal Sari Malang setidaknya dua kali.

3.7 Metode Analisa Data

3.7.1 Uji Validitas

Definisi menurut Ghazali (2018: 51) mengatakan bahwa “kuesioner penelitian dievaluasi menggunakan uji validitas. Kuesioner dianggap sah jika pertanyaan yang dikandungnya dapat memperjelas gagasan yang akan dievaluasi olehnya”.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Definisi menurut Ghazali (2018: 45) mengatakan bahwa “kuesioner dapat diukur dengan menggunakannya sebagai indikator suatu variabel. Ketika respons pertanyaan seimbang sejalannya waktu, kuesioner mampu dipercaya atau maupun diandalkan”.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Definisi menurut Ghazali (2013: 110) mengatakan “maksud dari uji tersebut adalah buat melihat jika kedua variabel tersebut untuk regresi berdistribusi normal atau tidak”.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Definisi menurut Ghazali (2013: 91) mengatakan “tujuan dari percobaan uji ini yaitu buat mengetahui terdapatnya korelasi sela-sela variabel utamanya untuk regresi (independen). Andaikata terdapat korelasi antar dua variabel dasar, maka masalah multikolinearitas model akan muncul”.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Definisi menurut Ghazali (2013: 105) mengatakan “digunakan buat menentukan sesuatu regresi mendeteksi ketidaksetaraan antara berbagai jenis pengamatan”.

3.9 Uji t

Definisi menurut Ghazali (2018: 97) mengatakan bahwa “uji ini sering menetapkan sejauh mana tiap variabel independen atau penjelas berkontribusi atas variasi variabel dependen”.

3.10 Uji F

Definisi menurut Ghozali (2018: 97) mengatakan bahwa “uji statistik F menunjukkan variabel dependen jika semua faktor kebebasan dituangkan pada model yang berdampak secara simultan”.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1 Uji Validitas

Dalam Hasil ini menampakkan seluruhnya valid dengan variabel yang diamati.

4.2 Uji Reliabilitas

Dalam Hasil uji reliabilitas menampakkan seluruh faktor yang berhubungan dengan variabel yang diamati dapat diandalkan.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Grafik histogram menampilkan pola distribusi normal. Regresi didistribusikan di seputar garis diagonal seraya menyertai petunjuk yang sama dengan garis diagonal. Oleh karenanya, mungkin dianggap sesuai dengan asumsi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Regresi masing-masing variabel bukan memiliki keterkaitan atau terbebas dari masalah multikolinieritas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Bisa disimpulkan tidak adanya model yang jelas dan titiknya tersebar, maka regresi ini dapat dikatakan tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

4.4 Uji t

Hasil uji t menunjukkan ikatan yang substansial antar kualitas produk dan kepuasan konsumen, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,676 > 1,674$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Sementara itu terdapat ikatan yang substansial antara harga dan kepuasan konsumen ($t_{hitung} > t_{tabel}$: $3,426 > 1,674$; signifikan $0,001 < 0,05$).

4.5 Uji F

Hasil penelitian ini menampakkan kalau kualitas produk dan harga berimbas positif dan substansial berkenaan dengan kepuasan konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh uji F, $F_{hitung} > F_{tabel}$, $50,982 > 3,17$ dengan signifikan nilai $0,000 < 0,05$.

4.6 Bahasan

Hasil temuan menunjukkan kualitas produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan uji t (parsial) pada faktor – faktor yang terkait dengan kualitas produk menunjukkan bahwa

kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan deskripsi variabel kualitas produk, diketahui memiliki nilai *mean* 4,12. Dimana menunjukkan konsumen setuju, bahwa kualitas produk dari Mie Gacoan Kendal Sari Malang sangat baik. Pada variabel kualitas produk ada indikator yang mempunyai nilai *mean* paling tinggi yaitu pada indikator keistimewaan produk yang termasuk dalam golongan sangat baik, yang berarti kepuasan konsumen berdasarkan pengaruh keistimewaan produk dari segi keunikan produk dan rasa produk yang dimiliki Mie Gacoan Kendal Sari Malang. Adapun hasil skor yang terendah yaitu indikator estetika produk yang meliputi bentuk produk dan warna produk, yang memiliki nilai item terendah yaitu bentuk produk, dimana kurangnya rapi saat disajikan dan menarik terhadap bentuk produk.

Selain itu, hasil temuan menunjukkan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan bagi kepuasan konsumen. Temuan uji t (parsial) pada faktor-faktor yang terkait dengan harga menunjukkan bahwa harga memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan deskripsi variabel harga, diketahui memiliki nilai *mean* 4,14. Dimana menunjukkan konsumen setuju, bahwa harga dari Mie Gacoan Kendal Sari Malang sesuai. Dalam variabel harga ada indikator yang mempunyai nilai *mean* paling tinggi yaitu indikator potongan harga yang tergolong sangat baik, yang berarti kepuasan konsumen berdasarkan pengaruh potongan harga dari segi pemberian promo produk di outlet dan penggunaan disemua jasa layanan pesan antar yang diberi oleh Mie Gacoan Kendal Sari Malang. Adapun hasil skor yang terendah yaitu indikator daya saing harga yang meliputi keterjangkauan harga dengan pesaing dan keunggulan harga, yang memiliki nilai item terendah yaitu keunggulan harga, dimana harga setiap item produk Mie Gacoan kurang unggul dengan rumah makan lain sejenisnya.

Selain itu, temuan uji F ini menampakkan gabungan dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan.

Berdasarkan deskripsi variabel kepuasan konsumen, terdapat nilai *mean* tertinggi yaitu indikator menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama meliputi tempat usaha dan kebersihan tempat. Dari hasil tersebut

maka dapat diartikan bahwa konsumen mengerti bahwa tempat usaha Mie Gacoan sangat strategis dan tepatnya bersih dan higienis, sehingga konsumen merasa puas untuk melakukan makan ditempat. Adapun hasil skor yang terendah yaitu indikator kesediaan merekomendasi yang meliputi pemberian ulasan dan merekomendasikan orang lain, yang memiliki nilai item terendah yaitu pemberian ulasan, dimana konsumen kurang minatnya memberi ulasan Mie Gacoan pada situs (Google).

5. Simpulan

5.1 Simpulan

Atas temuan yang telah diteliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kepuasan konsumen secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk, dengan adanya keistiwaaan produk Mie Gacoan memiliki segi keunikan dari nama produk yang berbeda dengan pesaing yang lain dan dikenal memiliki rasa yang enak dan unik dibandingkan dengan pesaing yang lain. Untuk estetika produk yang meliputi bentuk produk dan warna produk, yang memiliki bentuk produk yang kurang rapi saat disajikan dan menarik terhadap bentuk produk.

Kepuasan konsumen secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh harga. Mie Gacoan Kendal Sari Kota Malang terus melakukan pemberian potongan harga sehingga membuat konsumen akan senang adanya potongan harga saat membeli di outlet maupun di jasa layanan pesan antar. Untuk keunggulan harga, dimana harga setiap item produk Mie Gacoan kurang unggul dengan rumah makan lain sejenisnya.

Kepuasan konsumen secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Hal ini dikarenakan konsumen mengetahui bahwa Mie gacoan Kendal Sari Kota Malang memiliki tempat yang strategis dan tempat yang higienis sehingga nyaman untuk tempat berkumpul dan makan ditempat. Untuk kesediaan merekomendasi yang meliputi pemberian ulasan dan merekomendasikan orang lain, yang memiliki nilai item terendah yaitu pemberian ulasan, dimana konsumen kurang minatnya memberi ulasan Mie Gacoan pada situs (Google)

5.2 Saran

Menurut temuan penelitian, tanggapan responden memiliki nilai indikator terendah yang dapat digunakan sebagai saran atau umpan balik adalah sebagai berikut:

- a. Untuk keistiwaaan produk Mie Gacoan memiliki segi keunikan produk dan rasa produk harus dipertahankan sehingga berbeda dengan pesaing dan untuk kualitas produk estetika produk yang meliputi bentuk produk dan warna produk harus lebih diperbaiki dan ditingkatkan. Hal yang perlu diketahui yaitu dengan merapikan produk saat disajikan sehingga membuat menarik terhadap saat mau dimakan oleh konsumen.
- b. Untuk pemberian potongan harga mie gacoan harus dipertahankan sehingga membuat konsumen akan senang adanya potongan harga saat membeli di outlet maupun di jasa layanan pesan antar dan untuk daya saing harga meliputi keterjangkauan harga dengan pesaing dan keunggulan harga harus lebih diperbaiki dan ditingkatkan. Sehingga bisa diperoleh dengan menginovasi menu makanan dan minuman lebih inventif dengan biaya yang lebih murah daripada bisnis pesaing.
- c. Untuk tempat Mie Gacoan yang cukup strategis dan tempat usaha yang bersih harus dipertahankan sehingga membuat nyaman konsumen dan untuk kesediaan merekomendasi yang meliputi pemberian ulasan dan merekomendasikan orang lain harus lebih diperbaiki dan ditingkatkan. Hal tersebut bisa memberikan *reward* seperti potongan harga atau makanan maupun minuman gratis saat ada yang bersedia merekomendasikan ke orang lain bisa lewat sosial media maupun ulasan di situs (Google).
- d. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah indikator lain agar hasil penelitian semakin tepat dan lebih akurat.

6. Daftar Rujukan

- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Chairuna, Fani 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Dari PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Komplek Tasbih 1 Dan 2)*. Skripsi. Program Studi Strata-1 Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. 9th ed.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2014. *Principles of Marketing, Global Edition, 14th Edition, Pearson Education.*
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Ramli, Samsul. 2013. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah.* Jakarta: Visi media.
- Susanti, Novi. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.* Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction.* Yogyakarta
- Viotomo, Dian. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ada Rumah Makan Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad-Medan.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Yahya, Dany Hasanain. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro.* Skripsi. Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi. Yogyakarta.