

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN GUDEG BU HARMAN SIDOARJO

M. Aldy Zakaria Anshori¹, Christina Menuk², Bisma Ariyanto³
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}
maldyzakaria@gmail.com

ABSTRAK Dilakukannya sebuah penelitian guna mengetahui kualitas produk, harga, serta kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo. Jenis Penelitian yang dipakai yaitu kuantitatif. Dipenelitian tersebut populasinya yakni semua konsumen yang membeli produk dirumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yaitu memakai teknik *sampling accidental* serta sampelnya 105 Konsumen. Data dikumpulkan memakai kuisi. pengujian dengan uji instrument. Analisa data yang dipakai yaitu dengan uji analisis regresi linier berganda maupun uji hipotesis. Dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, maupun kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo baik secara parsial (individu) serta simultan (bersama) sebanyak 3,73 %.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas pelayan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT : *Doing a research to know the quality of products, prices, as well as qualities of service that affect the satisfaction of the consumer home gudeg bu Harman Sidoarjo. The type of research used is quantitative. In this research, the population is all consumers who buy products at the restaurant gudeg Bu Harman Sidoarjo. Sampling technique using sampling techniques accidental and samples of 105 consumers. Data collected using Kuisi. Test with instrument testing. Analysis of the data used is with the analysis test of multiple linear regression and hypothesis testing. And the result shows that the quality of products, prices, and the quality of the achievement affects the consumer satisfaction of the food home gudeg, Harman Sidoarjo, both partially (individual) and simultaneous (together) as much as 3.73%*

Keywords: *Product Quality, Price, Quality of Servants, Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Penduduk di negara Indonesia sekarang ini lebih suka membeli makanan/mengonsumsi produk yang siap saji dibanding memasak sendiri dirumah. Dikarenakan makanan yang sudah siap saji lebih enak daripada membuat makanan sendiri.

Wirausaha memiliki tujuan guna mendapatkan untung serta keberlangsungan perjalanan wirausahannya itu juga tidak terlepas dengan strategi pasarnya. Pada strategi pemasaran itu sendiri harus difikirkan supaya target-target manajemen tersampaikan kepada para pelanggannya serta pelanggan tersebut merasa puas.

Ketika konsumen merasakan kepuasan pada suatu produk konsumen akan menjamin ikatan yang kuat dengan produk yang ada di perusahaan tersebut dan bisa jadi untuk menjadi pelanggan untuk selanjutnya, dengan batas waktu yang lama beberapa wirausaha atau perusahaan akan bisa memahaminya serta mengetahui permintaan para konsumen di rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo.

Sidoarjo merupakan kota pengembangan dari kota Surabaya dengan jumlah penduduk yang cukup banyak sehingga para pebisnis dan pengusaha tertarik untuk melakukan bisnis di kota Sidoarjo, terutama perkembangan tempat makan siap saji. Salah satunya Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo. Yang menyediakan berbagai macam jenis makanan dan memiliki banyak cabang di berbagai daerah bahkan diberbagai pulau.

Dari banyaknya restoran-restoran yang ada di Indonesia, konsumen akan mempertimbangkan banyak hal yang terjadi kepada keputusan pembelian di rumah makan ataupun restoran tertentu. Para manajemen akan selalu melakukan usaha agar dapat mencukupi kriteria sebuah bahan pertimbangan para pelanggan yang mengonsumsi hasil dari produknya.

Kualitas produk ialah faktor-faktor yang bisa membuat konsumen merasakan kepuasan. Termasuk bisa merasakan fungsi, kinerjanya ketahanannya, serta produk sudah sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan. (Kotler, 2009:362). Sebelum membeli produk konsumen akan memikirkan harga yang dikeluarkan.

Harga ialah nilai tagihan uang yang digunakan pelanggan agar bisa memiliki sebuah produk dan dapat ditukarkan para konsumen agar memiliki sebuah manfaat dari produknya yang telah dibeli (Daryanto, 2009).

Pelayanan ialah suatu kegiatan oleh pihak yang menawarkan ke pihak lain agar dapat memiliki suatu kepemilikan yang belum terwujud. (Kotler,2003).

Kepuasan konsumen adalah rasa bahagia ataupun kecewa yang dirasakan oleh seorang pelanggan dan membandingkan hasil produk pada perusahaan satu ke perusahaan lain (Kotler dan Keller, 2009).

Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik melaksanakan penelitian dengan berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo".

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Kualitas Produk

Pentingnya suatu produk yang berkualitas maka perusahaan berlomba-lomba meningkatkan produknya supaya laku dipasaran. Kotler dan Armstrong (2014) mengemukakan kualitas produk artinya kemampuan dalam memuaskan kebutuhan konsumen yang bergantung pada karakteristik produk ataupun jasa. Indikator kualitas produk Menurut Cronin dan Preis (dalam Sun 2008) sebagai berikut :

1. Penampilan fisik
2. Keselarasan atas verifikasi

3. Tampilan yang beraneka ragam Harga

Harga merupakan banyaknya nilai yang diberi kepada konsumennya agar mempunyai ataupun mengkonsumsi suatu produk atau jasa, dan untuk memuaskan keinginan pelanggan itu sendiri. (Tjiptono dalam Amalia dan Asmara, 2017). Ada beberapa dimensi untuk mengukur harga seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2012) yakni :

1. Harganya terjangkau
2. Harga sesuai kemampuan
3. kualitas produk selaras dengan harganya
4. Harga yang sesuai manfaat

Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan yakni kesuksesan sebuah perusahaan dalam servis produk yang baik akan berpengaruh langsung terhadap seseorang untuk memilih produk maupun jasa yang ditawarkan, karena pelanggan merasa terpenuhi keinginannya. Ada beberapa dimensi teruntuk menakar kualitas pelayanan seperti yang dikatakan Parasuraman et al (Tjiptono dan Chandra, 2011) yaitu:

1. Keandalan
2. Daya tanggap
3. Empati
4. Penjaminan

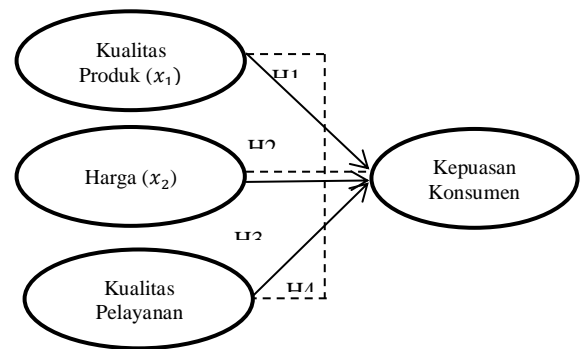
Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah suatu yang ditunjukkan kepada pelanggan saat pelanggan tersebut tersadakan akan ingin memiliki sesuatu yang diinginkannya Tjiptono, (2013). Ada beberapa dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen seperti yang dikatakan Tjiptono (2014) yakni:

1. Kinerja
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesesuaian harapan
4. Kesiediaan merekomendasi

Kerangka konseptual

Peneliti mengambil gambaran kerangka konsep untuk penghubungan teori keempat variabel yaitu *independent variable* maupun *dependent variable*. Berikut kerangka konseptualnya :



Gambar 1

Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasar gambar 1 maka hipotesis penelitian dijelaskan :

- H1: Diduga kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo
- H2: Diduga Harga mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman sidoarjo
- H3: diduga kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman sidoarjo
- H4: diduga kualitas produk, harga, maupun kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo dengan cara simultan

METODE PENELITIAN

Yang dipakai didalam pendekatan penelitian ini yakni pendekatan kuantitatif. Dan konsumen yang membeli produk di Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo ini menjadi populasi didalam penelitian ini. 105 responden ialah jumlah sampel yang digunakan didalam penelitian ini. *Non-probability sampling* adalah teknik yang digunakan didalam penelitian ini dan juga *sampling accidental*.

Instrumen Penelitian

Pada penelitian kali ini, menggunakan pengujian validitas dan pengujian reabilitas-tes. Pengujian validitas yang diuji adalah kuisioner yang telah didapat.

Teknik Analisis Penelitian

Analisis regresi linier berganda ialah teknik yang dipakai dipenelitian ini yang sebelumnya telah diuji dengan pengujian asumsi klasik. uji tes heteroskedastisitas, uji tes multikolinieritas, uji-tes auto koelasi, uji tes normalitas adalah uji-tes yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik. Pada uji-tes regresi linier berganda dilakukan uji t-test dan uji F-test serta koefisien determinasi.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji validitas dan reliabilitas

Uji tes ini dipakai sebagai ukuran valid tidaknya pernyataan di kuesioner dari variabel. kuesioner dinyatakan valid bila pernyataan tersebut mampu mengungkapkan suatu yang telah diukur oleh kuesioner. Pengujian ini peneliti melalui aplikasi SPSS Statistik Versi 24. Berikut adalah tabel dari perhitungan validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	R- hitung	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X₁)			
X1.1_1	0,895	0,3	Valid
X1.1_2	0,866	0,3	Valid
Harga (X₂)			
X2.1_1	0,792	0,3	Valid
X.2.1_2	0,893	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (X₃)			
X.3.1_1	0,841	0,3	Valid
X.3.1_2	0,796	0,3	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
Y.1_1	0,927	0,3	Valid
Y.1_2	0,908	0,3	Valid

Hasil uji-tes diatas dapat diketahui nilai setiap indikator divariabel kualitas produk, harga, maupun kualitas pelayanan > dari nilai kritis. Maka demikian bisa di tarik kesimpulannya yaitu setiap pernyataan ataupun setiap variabel per indikator dalam kuesioner yang dipakai dimasing-masing variabelnya dijelaskan valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dipakai sebagai melihat indikator pada kuesioner bisa dipercaya atau tidak. Uji ini dapat di ketahui dari nilai *cronbach's alpha* (α) jika lebihh besar (>) dari nilai kritis 0,8 begitupun sebaliknya. Pengujian ini peneliti dibantu aplikasi

SPSS versi 44. Berikut adalah dari pehitungan reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,977	0,8	Reliabel
Harga (X2)	0,954	0,8	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X3)	0,958	0,8	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,982	0,8	Reliabel

Dari uji-tes diatas rata-rata variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* (α) > 0.8 Dapat disimpulkan indikator yang tertera di kuesioner setiap variabel dinyatakan reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji-test Normalitas

Uji-test normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang dipakai memiliki distribusi normal apa tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini diberitahukan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	105
Test Statistic	.067
Asymp. Sig. (2-tailed)	.0,200 ^{c,d}

Bersumber pada tabel diatas didapatkan yakni nilai sig. > 0,05 lalu dapat dikatakan petunjuk berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolineiritas test dipakai guna menguji apa benar dalam model regresi dijumpai ada atau tiada nya korelasi diantara variabel bebas itu.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,994	1.006<10
Harga (X2)	0,978	1.023<10
Kualitas Pelayanan (X3)	0,974	1.026<10

Pada tabel 4 diperoleh hasil pengujian diperoleh seluruh nilai $VIF < 10$ untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 1.006 ($< 0,10$) dan Harga (X_2) sebesar 1.023, Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar (1.026 $< 0,10$). Sehingga dapat dikatakan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, bebas dari multikolinieritas.

Uji Autikorelasi

Mengukur uji autokorelasi tes disuatu model guna mendapati ada ataupun tidaknya korelasi diantara variabel pengganggu diperiode tertentu dan variabel sebelumnya.

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1,888

Dari hasil tabel 5 diatas penelitian ini diperoleh nilai DU dengan jumlah responden 105 adalah sebesar 1,74, sedangkan nilai DW 1,88.

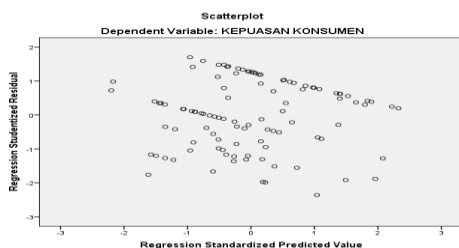
Uji Heteroskedastisitas

Mengetes guna mengetahui model regresi ada kesamaan atau residual terhadap satu pengamat kepengamat lain.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized Residual
Kualitas Produk	0,762
Harga	0,867
Kualitas Pelayanan	0,943

Pada tabel 6 diatas diperoleh hasil pengujian heterokedastisitas spearman. Pengambilan keputusan pengujian tersebut adalah apabila nilai unstandardized residual lebih dari 0,05 hingga dikatakan bebas heterokedastisitas.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa titik” telah meluas dan membuat pola yang tidak beraturan,

maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Data

Dapat dilihat perolehan persamaan regresi dibawah ini yang dibantu dengan program komputer SPSS 24 for windows sebagai berikut:

Tabel 7 Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	11,576	8,539
Kualitas Produk	0,383	0,130
Harga	0,286	0,117
Kualitas Pelayanan	0,213	0,102

Dan persamaan regresi yang terbentuk melalui hasil analisis yang telah dilakukan ialah dibawah ini:

$$Y = 11,576 + 0,383 X_1 + 0,286X_2 + 0,213 X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
	.416 ^a	.373

Dari tabel 8 diatas menunjukkan yakni nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,416^a. menandakan ditingkat hubungan yang lumayan kuat. Yang mengartikan maka mendapati hubungan yang lumayan kuat diantara variabel Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang diuji-tes secara menyeluruh terhadap Kepuasan konsumen

Pengujian Hipotesis

1. Uji t (parsial)

Tabel 9. Uji t (parsial)

Standardized Coefficients	T	Sig.
(Constant)	1,356	0,178
Kualitas Produk	2,947	0,004
Harga	2,452	0,016
Kualitas Pelayanan	2,087	0,039

Guna mengetahui variabel bebas mempengaruhi variabel terikat atau tidak yakni menggunakan uji t-tes parsial ini. Didalam uji test ini Agar dapat mengetahui apakah variabel X masi memberikan kontribusi secara relevan kevariabel terikat Y.membandingkan probabilitas dengan alpha (0,05) ialah hal yang dilakukan didalam pengujian ini. Pengukuran juga dapat dilakukannya dengan mengetahui tingkat kepercayaan 95% atau $(\alpha) = 0,05$ dengan kriteria pengujian

- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hipotesis

H_0 = variabel independent tidak berpengaruh signifikan untuk variabel dependen

H_a = variabel independen berpengaruh signifikan untuk variabel dependen

2. Uji F (simultan)

Tabel 10. Uji F (simultan)

	F	Sig.
Regression	7,060	0,000 ^b

Uji statistik F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Konsep regresi linier adalah pengujian mengenai apakah model regresi yang didapatkan benar dapat diterima.

Uji F-tes menerapkan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara menyeluruh terhadap variabel Kepuasan konsumen Rumah Makan Guddeg bu Harman Sidoarjo (Y).

Hipotesis:

H_0 = semua variabel independen secara bersama-sama atau simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = semua variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan untuk variabel dependen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari bahasan uraian variabel kualitas produk berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen dengan tingkatan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel kualitas produk yang ditawarkan semakin baik maka akan menimbulkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Maria M. (2013) dimana kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan maka setiap konsumen akan merasa puas yang pada dasarnya memang menjadi tujuan kegiatan pemasaran.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari bahsan uraian variabel Harga berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya harga yang sesuai dengan produk yang disuguhkan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong (2008:345) harga ialah jumlah dana yang ditagihkan dari suatu barang atau jasa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari bahasan uraian variabel kualitas, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang mengartikan jika kinerja dari pelayanan semakin baik maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitiannya Tjiptono (2012:157) bahwa semakin baiknya kualitas pelayanan akan lebih memungkinkan untuk mengukur seberapa bagus tingkat

pelayanan yang diberikan kepada seorang pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji tes secara menyeluruh yang didapati dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan diberitahukan dengan nilai. f_{hitung} sebesar 7,060. Hasil penelitian ini mendukung hasil temuan Maria M (2013), Hayati Y.H. (2015) dan Anggraeni (2016).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, bisa disimpulkan pada analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo. Dari hasil pengujiannya tersebut dinyatakan hipotesis diterima yang berarti kualitas produk, harga , dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan gudeg bu Harman Sidoarjo.

IMPLIKASI

Didalam suatu perusahaan pasti nya membutuhkan suatu keberhasilan dalam menjalankan usahanya, oleh karena itu setiap perusahaan pasti memberikan yang terbaik untuk kepuasan konsumennya agar mereka dapat berlangganan dan menjadi konsumen yang setia pada perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini memfokuskan pada perusahaan makanan siap saji (*Fast food*) yaitu Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo tentang pengaruh Kualitas Produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo. Sehingga implikasi dari kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan seharusnya lebih ditingkatkan dan lebih diperhatikan untuk tercapainya tujuan perusahaan dan supaya terciptanya kepuasan konsumen untuk Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan dari penelitian ini yaitu lokasi yang hanya pada Rumah Makan Gudeg Bu Harman

Sidoarjo, dan akhirnya hasil penelitian tidak bisa digeneralisir teruntuk daerah yang lebih besar dan penelitian ini menggunakan analisis data yakni regresi linier berganda dikarenakan guna ingin mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan kosumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo. Bagi seorang peneliti selanjutnya sangat disarankan supaya bisa meningkatkan hasil penelitiannya dengan jumlah sampel yang lebih banyak, beserta tempat penelitian yang lebih luas, dan menggunakan obyek penelitian yang lain dengan menyambungkan variabel-variabel lainnya ibaratkan: loyalitas konsumen dan perbaikan layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2013, Pemasaran Strategik. Yogyakarta, ANDI.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Monica Maria, 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Konsumen King Cake. Jurnal Manajemen Tori Dan Terapan.