

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Di Bekasi Timur

Intan Adilah Nasution

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : adilahnasution43@gmail.com

Hadita Hadita

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : hadita@dsn.ubharajaya.ac.id

Korespondensi penulis: adilahnasution43@email.com

Abstract. *The objectives of this research are: The influence of product quality on customer satisfaction with Geprek chicken in Bekasi Timur, the influence of price quality on customer satisfaction with Geprek chicken in Bekasi Timur, the influence of product quality and price quality on customer satisfaction with Geprek chicken in Bekasi Timur. This research is a questionnaire survey. The sampling technique was purposive sampling with a sample size of 15 people. The data collection technique uses a questionnaire whose validity and reliability have been tested. The data analysis technique used is multiple regression. The results of this research show that product quality and price have a significant effect on customer satisfaction at Ayam Geprek in Bekasi Timur.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Price, Product Quality*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Di Bekasi Timur, Pengaruh Kualitas Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Di Bekasi Timur, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Di Bekasi Timur. Penelitian ini merupakan survei kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 15 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek di Bekasi Timur.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Poduk

LATAR BELAKANG

Saat ini sudah memasuki jaman yang bisa dikatakan canggih dan mengalami kemajuan baik dari sisi teknologi dan pemikiran manusia itu sendiri. Kemajuan pun juga memasuki dunia usaha atau bisnis yang menciptakan persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berusaha untuk merebut pasar dan perhatian para calon konsumennya melalui beragam cara dan inovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang mereka hasilkan (Nofrialdi, Saputra, and Saputra 2023). Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kualitas produk sangat penting bagi industri kuliner karena kualitas produk dapat menunjukkan berapa lama suatu produk akan bertahan di pasar sasarannya. Kualitas produk yang sesuai harapan menimbulkan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan industri dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan dan perkembangan suatu perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi mempunyai keunggulan dibandingkan perusahaan yang menghasilkan produk inferior. Artinya pelanggan bersedia membeli produk berkualitas dengan harga terjangkau atau relatif terjangkau.

Harga juga merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan konsumen. Dalam menentukan harga industri harus dengan benar dan juga sesuai yang ada di pasaran, sehingga tidak akan terjadinya kerugian yang akan di alami oleh industri tersebut. Harga yang tinggi dibandingkan dengan produk lain akan membentuk persepsi konsumen bahwa produk lebih mahal termasuk pada kategori barang mewah superior (berkualitas tinggi). “Sedangkan jika harga yang ditawarkan terlalu rendah, maka dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk tersebut berkualitas rendah. (Hernawan and Andy 2018, 3).

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama karena menentukan keberhasilan dalam industri kuliner. Sebab jika konsumen puas dengan kualitas dan harga produk, maka produk tersebut akan mempunyai posisi pasar yang baik. Namun membuat konsumen senang tidaklah mudah. Oleh karena itu dalam menjalankan perusahaannya, Ayam Geprek Bekasi berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan harga yang baik agar Ayam Geprek Bekasi dapat mencapai dan terus meningkatkan target penjualan yang telah ditetapkan (Jumawan, Hadita, and Widjanarko 2023).

Dengan menjaga dan terus meningkatkan kualitas produknya, Ayam Geprek Bekasi menawarkan rasa pedas yang disesuaikan dengan selera konsumen, mulai dari level 0 hingga level kepedasan tertentu. Berbagai tingkat kepedasan yang ditawarkan Ayam Geplek Bekasi memberikan kebebasan lebih bagi konsumen untuk memilih tingkat kepedasan berdasarkan tingkat selera masing-masing.

Ayam Geprek Bekasi sangat mementingkan kepuasan pelanggan untuk kesuksesan bisnis. Jika konsumen puas maka produk tersebut akan mempunyai posisi pasar yang baik. Namun untuk mencapai kepuasan konsumen tidaklah mudah. Oleh karena itu dalam menjalankan suatu usaha Ayam Geprek Bekasi harus mampu memberikan produk yang berkualitas dan harga yang baik sehingga dapat mencapai tujuan usahanya. Penelitian ini mencoba untuk mempertimbangkan kualitas produk (X1) dan harga (X2) sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut. (a) Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan? (b) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan? (c) Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan berdasarkan latar belakang di atas, maka Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (a) mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, (b) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, (c) mengetahui harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2013:146), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Jumawan, Saputra, and Prabowo 2023). Menurut Feingenbaum dan Marwanto dalam penelitian (Debby 2020, 16) menyatakan bahwa Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk ketika digunakan memenuhi harapan pelanggan.

Variabel Kualitas Produk sejalan dan telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, yaitu: (Saputra, Mahaputra, and Maharani 2023), (Hadita, Widjanarko, and Hafizah 2020), (Thanh Nguyen, Ali, and Agung Hudaya 2019).

Harga

Menurut Swasta dan Irawan (2002:241) mendefinisikan harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Khaira, Saputra, and Syarief 2022). Definisi lain tentang harga seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002:151) yang menerangkan bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Widjanarko et al. 2023). Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan yang bersifat fleksibel dan dapat diukur dengan cepat (Kotler, 1997:120).

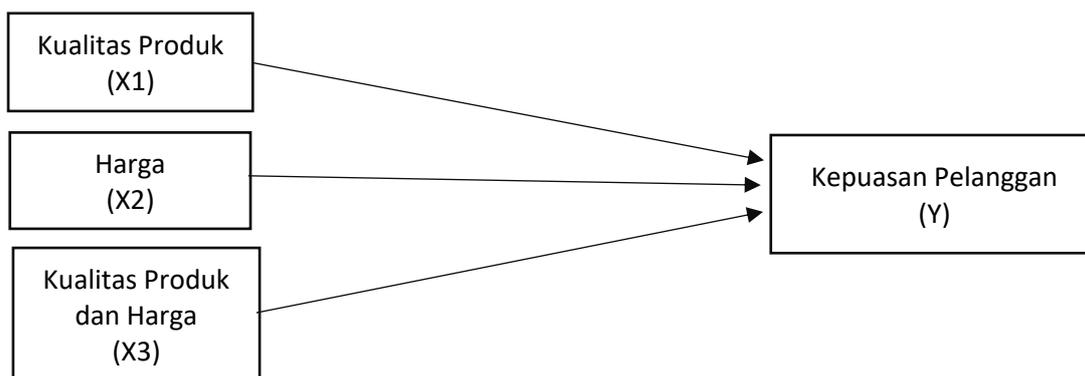
Variabel Harga sejalan dan telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, yaitu: (Hadita 2019), (Ali et al. 2023), (Hadita 2020), (Lestari and Widjanarko 2023), (Sulistiorini and Ali 2017).

Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan konsumen sesudah melakukan perbandingan sesuatu yang diterima mereka terhadap yang diinginkannya (Saputra and Sumantyo 2023). Menurut Tjiptono dalam penelitian (Selly 2020, 19) menyatakan bahwa: “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Widjanarko, Saputra, and Hadita 2023). Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Variabel Kepuasan Pelanggan sejalan dan telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, yaitu: (Hamdan et al. 2023), (Saputra, Ali, and Mahaputra 2023), (Hadita 2018) dan (Toto Handiman and Ali 2019).

Kerangka Berpikir



Hipotesis dalam penelitian ini adalah (a) Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ayam geprek Bekasi timur (b) Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ayam geprek bekasi timur (c) Diduga kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek di Bekasi Timur.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang dikembangkan peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini seluruhnya adalah pelanggan Ayam Geprek di Kota Bekasi. Sampel yang digunakan adalah sampel purposive dan identifikasi responden dilakukan secara purposif melalui teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (Widjanarko 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun rentang skala dari kuisisioner menggunakan skala likert ` yang akan dilakukan analisis nantinya adalah seperti tabel dibawah ini:

Tabel Skala Kuesioner

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2007)

Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frekuensi	Persen
Valid	Pria	4	26,7
	Wanita	11	73,3
	Total	15	100

Ini adalah tabel yang menunjukkan profil responden berdasarkan jenis kelamin, yang dibagi dua pilihan yaitu Pria dan Wanita. Responden Pria yang mengisi kuisisioner penelitian ini sebanyak 4 responden atau 26,7 % dan responden Wanita yang mengisi kuisisioner penelitian ini sebanyak 11 responden atau sebesar 73,3 %. Dan jumlah responden saya sebesar 15 Responden (100%).

UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh di lapangan benar-benar layak untuk diteliti. Pengujian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya mengungkapkan apa yang ingin diukur oleh survei tersebut.

Metode yang digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner adalah korelasi kepuasan produk.

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpa $>0,60$.

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R tabel (0,05)	R hitung	Keterangan
Kualitas Produk (Kp)	Kp1	0,151	0,463	Valid
	Kp2	0,151	0,865	Valid
	Kp3	0,151	0,305	Valid
	Kp4	0,151	0,527	Valid
	Kp5	0,151	0,210	Valid
	Kp6	0,151	0,735	Valid
Harga (H)	H1	0,151	0,225	Valid
	H2	0,151	0,844	Valid
	H3	0,151	0,721	Valid
	H4	0,151	0,600	Valid
Kepuasan Pelanggan (Kp)	Kp1	0,151	0,336	Valid
	Kp2	0,151	0,151	Valid
	Kp3	0,151	0,259	Valid
	Kp4	0,151	0,225	Valid
	Kp5	0,151	0,228	Valid

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan setiap indikator dari seluruh variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan, yang setiap indikator tiap variabel mempunyai nilai r hitung > r tabel sudah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, yaitu berarti bahwa seluruh item dari setiap pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (a)	Hasil Perhitungan Cronbach Alpha (a)	Keterangan
Kualitas Produk	0,60	0,987	Reliabel
Harga	0,60	0,924	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,60	0,794	Reliabel

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai dari Cronbach alpha (a) seluruh item dari tiap indikator pernyataan yang terdiri dari variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan telah memiliki nilai cornbach alpha (a) > 0,60. Hal ini berarti bahwa seluruh item indikator dari variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan tersebut dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, harga, terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek di Bekasi Timur, maka dapat dikatakan sebagai berikut, (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya kualitas produk yang diberikan oleh Ayam Geprek di Bekasi Timur dapat berupa produk yang di sajikan sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat membuat pelanggan merasa puas atas kualitas produk yang diberikan. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya harga yang diberikan oleh Ayam Geprek di Bekasi Timur terjangkau sehingga semakin baik harga maka akan meningkatkan

kepuasan pelanggan. (3) Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek di Bekasi Timur.

DAFTAR REFERENSI

- Afnina, Afnina, dan Yulia Hastuti. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 9 (1): 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Ali, Hapzi, M. Rizky Mahaputra, Farhan Saputra, M. Ridho Mahaputra, Amalina Maharani, Reski Nofrialdi, Ebit Bimas Saputra, Andri Yandi, and Nofri Satriawan. 2023. "Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science)." *Migration Letters* 20 (6): 676–82.
- Hadita. 2018. "DAMPAK KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RAMAYANA DEPARTEMEN STORE." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 3* (30): 365–74.
- Hadita. 2019. "Promosi Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food." *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3 (1): 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>.
- Hadita, H. 2020. "The Impact of the First Media Product Purchase Decision on Brand Image and Product Quality (First Media Customer Survey in DKI Jakarta)." *American Journal of Humanities and Social ...*, no. 4: 77–85.
- Hadita, Wirawan Widjanarko, and Hafizah. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemic Covid19." *Jurnal Kajian Ilmiah* 20 (3): 261–68. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>.
- Hamdan, Hamdan, Hapzi Ali, Muhammad Rizky Mahaputra, Eri Marlapa, Amalia Maharani, Muhammad Ridho Mahaputra, Ebit Bimas Saputra, et al. 2023. "INDONESIAN ONLINE SHOPPING PERSPECTIVE: RELATIONSHIP E-SATISFACTION, E-COMMITMENT, E-WOM AND E-REPURCHASE INTENTION." *International Journal of Professional Business Review* 8 (9): 1–26.
- Jumawan, Jumawan, Hadita Hadita, and Wirawan Widjanarko. 2023. "Strategy Organization Development : Analysis Competence , Work Environment , and Leader Style." In *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1:667–74.
- Jumawan, Jumawan, Farhan Saputra, and Pugo Bayu Prabowo. 2023. "Determinasi Pelatihan Florist Dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi." *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3 (4): 216–27.
- Khaira, Nurul, Farhan Saputra, and Faroman Syarief. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman." *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 2 (3): 24–30.
- Lestari, Dinda Puji, and Wirawan Widjanarko. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee." *Jurnal Economina* 2 (3).
- Mekaniwati, Ani. 2020. "Analisis Persepsi Konsumen Atas Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Kopi Nako Kota Bogor." *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1 (2): 113–

22. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i2.947>.
- Napitupulu, Ferdinand. 2019. "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa." *Kinerja* 16 (1): 1–9.
- Nofrialdi, Reski, Ebit Bimas Saputra, and Farhan Saputra. 2023. "Pengaruh Internet of Things: Analisis Efektivitas Kerja, Perilaku Individu Dan Supply Chain." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)* 1 (1): 1–13. <https://dinastires.org/JPKN/article/view/111/104>.
- Nugraha, Joko Tri, dan UUD. 1945. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN KENYAMANAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MIE GACOAN AMBENGAN SURABAYA" 105 (3): 129–33
- Saputra, Farhan, Hapzi Ali, and M Rizky Mahaputra. 2023. "Peran Ingredients, Influencer Review Dan Live Streaming Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Skincare Varian Mugwort." *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)* 1 (3): 141–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>.
- Saputra, Farhan, M Ridho Mahaputra, and Amalina Maharani. 2023. "Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Motivasi Dan Minat Berwirausaha (Literature Review)." *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)* 1 (1): 42–53.
- Saputra, Farhan, and Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. 2023. "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend Di Aplikasi Blibli. Com." *Cuan: Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis* 1 (2): 98–105.
- Sulistiorini, Mutiara Safitri, and Hapzi Ali. 2017. "Customer Satisfaction Model: Product Analysis, Price, Promotion and Distribution (Case Study at PT Integrasia Utama)." *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Thanh Nguyen, Phong, Hapzi Ali, and Agung Hudaya. 2019. "MODEL BUYING DECISION AND REPEAT PURCHASE: PRODUCT QUALITY ANALYSIS (Case Study of Bank Permata Syariah Jakarta KPR Financing Customers)." *Dinasti International Journal of Management Science* 1 (1): 102–13. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i1.29>.
- Toto Handiman, Unang, and Hapzi Ali. 2019. "The Influence of Brand Knowledge and Brand Relationship On Purchase Decision Through Brand Attachment." *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*.
- Widjanarko, Wirawan. 2022. "Online and Internet Games Against Discipline Mindsets and Productive Processes in Improving Human Resources for Students." *Jurnal Ekonomi* 11 (01): 9–20. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/158%0Ahttps://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/download/158/133>.
- Widjanarko, Wirawan, Hadita Hadita, Farhan Saputra, and Y A Didik Cahyanto. 2023. "Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z." *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 2 (4): 248–64.
- Widjanarko, Wirawan, Farhan Saputra, and Hadita. 2023. "Analisis Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 4 (5): 678–85.