

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Titian Akar di Natar Pada Masa Pandemi

*The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction at Titian Akar
Restaurant in Natar During the Pandemic*

Ramadhan Saputra¹, Achmad Subing²

Universitas Bandar Lampung

Email: Ramadhan.18011212@student.ubl.ac.id¹, hengkysubing@gmail.com²

Abstract

Era of globalization current, especially in sector, tourism is growing, of which is in the food industry. This survey was conducted to find out the influence of price and product quality on Satisfaction of Consumer at Restaurant. Titian Akar partially and simultan eously the population in this research is 2,407 with a research sample of 100 respondents based on consumer data from Titian Akar Restaurant by filling out a questionnaire. Normality is technique is in the form of validity test, reliability test, multiple linear regression, coefficient of determination, classical assumptions (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test) and hypothesis testing. The results of the analysis of multiple linear regression: $Y = 23.896 + 0.104X_1 + 0.166X_2$ + The results of the T test are Price Variable (X1) the t-count value is 2.974 > from the t-table value of 1.984. Product Quality Variable (X2) with a t-value of worth 3.927 > from the t-table value of 1.984.) So that a *significant* which is < from a determined value of 0.05 so that it can be declared *significant*. Simultaneous test obtained F count (12,881) > F table (3,089). The results of the coefficient of determination R square) are obtained worth 0.418 or (41.8%,) Price and product quality product has a positive effect on consumer satisfaction.

Keywords: Price Effect, Quality Product, Online Promotion, Consumer Satisfaction

Abstrak

Pada perkembangan dunia di era globalisasi saat ini terutama pada sektor pariwisata sangat berkembang pesat salah satunya dalam bidang industri makanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Titian Akar secara parsial dan simultan. Populasi pada riset ini yakni sebanyak 2.407 dengan sampel penelitian 100 responden berdasarkan data konsumen Rumah Makan Titian Akar dengan mengisi kuesioner. Teknik analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, koefisien determinasi R², asumsi klasik (ujinormalitas, ujimultikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas) dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linear berganda: $Y = 23,896 + 0,104X_1 + 0,166X_2 + \varepsilon$ Hasil dari uji T yaitu Variabel Harga (X1) nilai t hitung senilai 2.974 > dari nilai t tabel 1,984. Variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai t hitung senilai 3.927 > dari nilai t tabelnya 1,984.) Sehingga diperoleh hasil *significant* yang < dari a yang ditentukan senilai 0,05 sehingga dapat dinyatakan *significant* pengujian simultan diperoleh nilai F hitung (12,881) > F tabel (3,089). Hasil koefisien determinasi (Rsquare) diperoleh senilai 0,418 atau (41,8%,) Harga dan Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Online, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Di tahun 2021 banyak sekali rumah makan yang mulai bermunculan, rumah makan merupakan bisnis yang tidak pernah mati karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama bagi manusia. Selain kebutuhan utama, makanan dan dan tubuhnya. Rumah makan titian Akar ialah rumah makan yang terletak di Lampung. Sejak adanya pandemi Covid 19 dan diberlakukannya PPKM oleh pemerintah, tempat tinggal Makan Titian Akar merasakan akibat yang luar biasa pada penarikan konsumen yaitu pengunjung semakin hari mengalami penurunan disebabkan restriksi Sosial Berskala akbar

Sesuai *prariset* yang dilakukan penulis dalam kunjungan di rumah makan Titian Akar, melihat adanya penurunan jumlah konsumen sehingga menjadi masalah yang kompleks bagi perusahaan tersebut, dimana seharusnya kunjungan pelanggan dapat ditingkatkan, mengingat bahwa penetapan harga telah disesuaikan dengan harga yang di tetapkan pesaing. Kualitas menu pun selalu ditingkatkan dan terjamin dari segi rasa maupun kuantitas. Sedangkan dari kualitas layanan yang diberikan juga telah ditingkatkan. Namun ada beberapa konsumen yang merasa harga di Rumah Makan Titian Akar masih sedikit lebih mahal dibandingkan rumah makan padang lainnya. Hal ini berdampak pada ketidak puasan konsumen terhadap rumah makan Titian Akar.

Tabel 1 Tabel Jumlah konsumen Rumah Makan Titian Akar
Periode Per Januari 2020 - Desember 2020

BULAN	JUMLAH PEMBELI	Perkembangan konsumen (orang)	PERKEMBANGAN %
Januari	265	-	-
Februari	230	-100	-19%
Maret	245	230	53%
April	178	-140	-21%
Mei	198	185	36%
Juni	185	-65	-9%
Juli	188	120	19%
Agustus	176	-50	-7%
September	185	110	15%
Oktober	174	-30	4%
November	197	80	10%
Desember	186	-10	-1%
Rata-Rata	200	30	7%

Sumber: Rumah Makan Titian Akar Tahun 2020 (data olahan)

Tabel yang disajikan di atas, dapat dilihat dengan jumlah konsumen Rumah makan Titian Akar setiap bulannya mengalami fluktuasi cenderung menurun dengan rata-rata perkembangan konsumen perbulannya -30(-7%).

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Menurut Terry,2010 menjelaskan bahwa,”Manajemen berarti suatu proses khas yang terdiri dari atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumberi daya lainnya.

Pemasaran

Menuruti Kotler, 2008 dalam Sunyoto, 2014 menyatakan bahwa: Pemasaran ialah proses social dan manajerial dimana seorang atau kelompok memperoleh apa yng mereka butuhkan dan inginkan melalui terwujudnya dan pertukaran produk dan nilai.

Harga

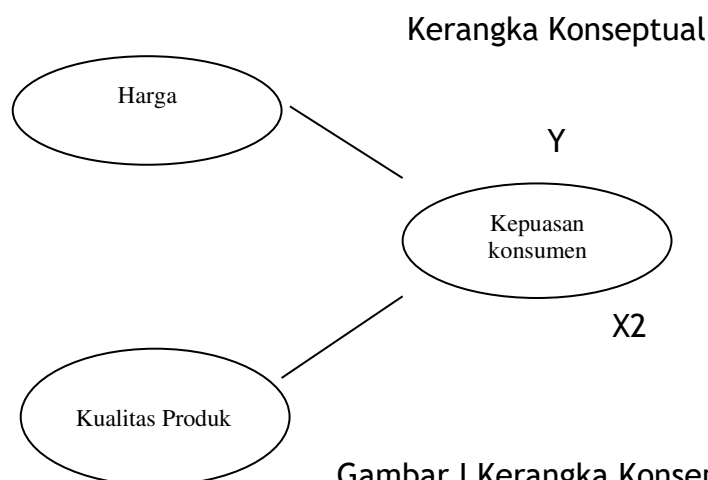
Menurut Tjiptono dan Chandra (2012): “Harga dapat diterjemahkan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang berarti utilitas/kegunaan tertentu yang diperuntukkan untuk mendapatkan sebuah produk.”

Kualitas Produk

Sementara pendapat Kotler dalam Sangatji dan Sopiya (2013) “kualitas berarti suatu kondisi dinamis yangi berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Kepuasan Konsumen

(Kotler dan Keller,2008) Kepuasan pelanggan alah perasaan gembira atau kecewa individu yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.



Gambar I Kerangka Konseptual

X1: Variabel Independen Harga.

X2: Variabel Independen Kualitas Produk.

Y: Variabel Dependen kepuasan Konsumen.

Hipotesis

Harga dan Kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Titian Akar.

METODE

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam survei penelitian ini adalah: Berdasarkan jenis serta analisis data, penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan penelitian ini ialah kuantitatif, dengan melakukan pengetahuan nilai variable, baik satu variable maupun lebih dengan menghubungkan variable lainnya. Sehingga penelitian ini menjabarkan apa yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan fakta.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini ialah konsumen pada Rumah Makan Titian Akar di Natar. Sedangkan objek penelitian ini adalah persepsi konsumen mengenai Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Titian Akar di Natar.

Populasi Dan Sampel

Populasi pada riset ini yakni sebanyak 2.407 dengan sampel penelitian 100 responden berdasarkan data konsumen Rumah Makan Titian Akar dengan mengisi kuesioner.

Teknik Analisis Data

Data riset yakni berupa data yang didapat melalui jawaban kuesioner yang sudah dibagikan. Jawaban tersebut kemudian diubah menjadi angka - angka dan diolah dengan SPSS versi 25.

Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk memastikan relevans pernyataan dalam kuesioner. Namun jika ada hal yang tidak relevan, pernyataan tersebut harus ditolak atau diganti (Priyatno 2012)

Uji Reliabilitas

Metode yang sering dipergunakan dalam penelitian untuk mengukur menggunakan skala rentangan adalah Cronbach Alpha (Priyatno, 2012).

Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yang terdiri dari Pengaruh harga (X_1), Kualitas produk (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Rumus persamaan model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

β_0 = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisiensi regresi variabel independen

e = Variabel Pengganggu (error)

Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghazali (2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji Multikolinearitas dapat diketahui dari besarnya VIF (*Variance inflation factor*) dan *Tolerance*, yang dimana apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat diartikan tidak ada masalah multikolinearitas, begitu juga sebaliknya.

Untuk mengetahui adanya Heteroskedastisitas atau tidak maka dilihat dari nilai Apabila nilai probabilitas lebih dari 0,05 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Hipotesis

Uji variabel f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel X_1 dan X_2 secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel Y .

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : tidak ada pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y .

H_a : ada pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y .

Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan uji F sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Uji variabel t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan Y , apakah variabel Pengaruh harga (X_1), Kualitas produk (X_2), yang

dipersepsikan benar-benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) secara terpisah atau parsial.

Analisis Koefisien Determinasi

Uji determinasi (r^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar variabel dependen (Y) yang dapat di jelaskan oleh nilai koefisien determinasi adalah $0 < r^2 < 1$. jika nilai r^2 berkisaran hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya jika nilai r^2 semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam realita nilai r^2 tidak mungkin 100% tetapi sekali dibawah 1 atau 100%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig (2-tailed)	Keterangan
Harga Produk (X ₁)	Q1	0,823	0.3610	0,000	Valid
	Q2	0,795	0.3610	0,000	Valid
	Q3	0,829	0.3610	0,000	Valid
	Q4	0,679	0.3610	0,000	Valid
	Q5	0,802	0.3610	0,000	Valid
Kualitas Produk (X ₂)	Q6	0,754	0.3610	0,000	Valid
	Q7	0,793	0.3610	0,000	Valid
	Q8	0,867	0.3610	0,000	Valid
	Q9	0,784	0.3610	0,000	Valid
	Q10	0,703	0.3610	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Q11	0,780	0.3610	0,000	Valid
	Q12	0,697	0.3610	0,000	Valid
	Q13	0,809	0.3610	0,000	Valid
	Q14	0,654	0.3610	0,000	Valid
	Q15	0,806	0.3610	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2022)

Menunjukkan bahwa dari 15 butir pernyataan yang terdapat pada variabel penelitian yang menunjukan seluruh pernyataan dinyatakan valid yang dibuktikan dari nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,3610 dan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliability Statistics

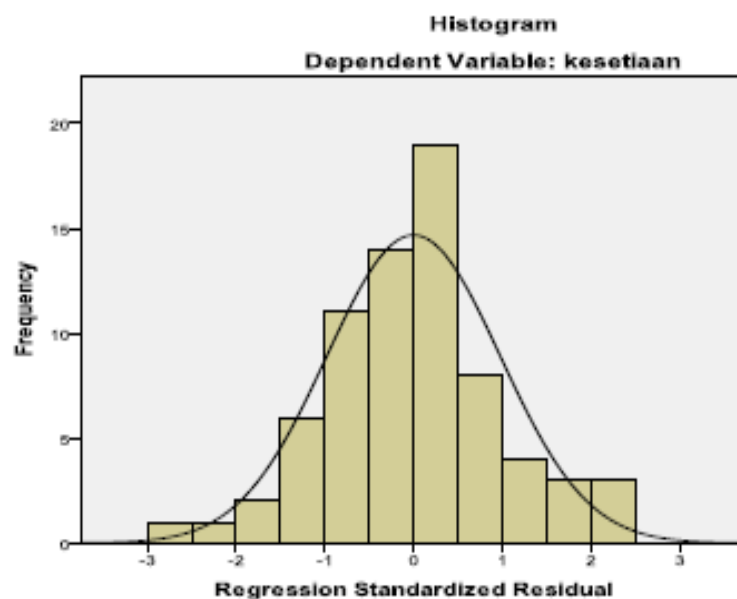
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	15

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, (2022)

Menunjukkan bahwa hasil *Cronbach's alpha* adalah 0,782. Menurut dalam Priyatno (2013) apabila hasil *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabilitas instrumen variabel dapat diterima dan dapat digunakan untuk penelitian.

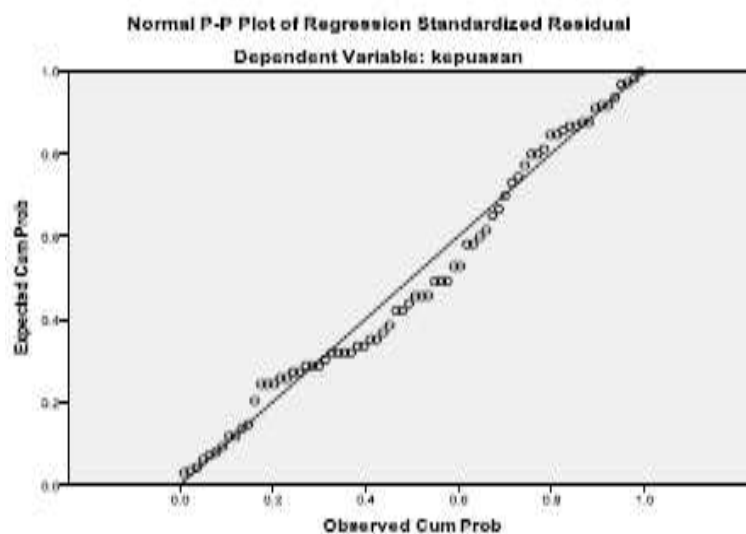
Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 5 Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber: Hasil olahan data SPSS 25 (2022)

Tabel 6 Uji Normalitas Grafik PP - Plots



Sumber: Hasil olahan data SPSS 25 (2022)

Hasil Uji Normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58853387
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.103
	Negative	-.156
Test Statistic		.156
Asymp. Sig. (2-tailed)		.308 ^c

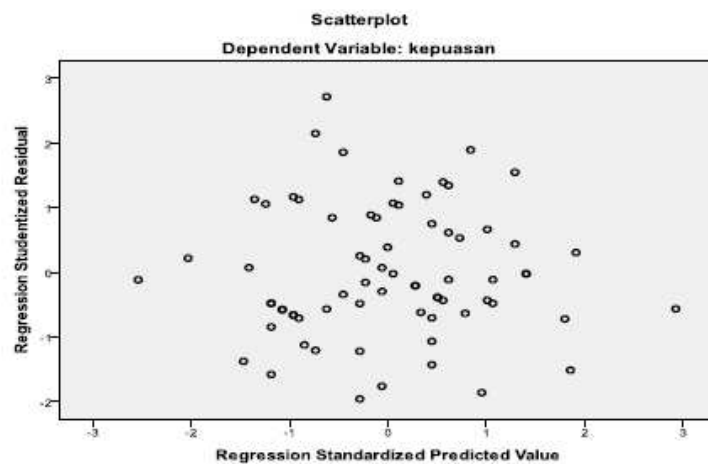
1) Test distribution is Normal.

2) Calculated from data.

3) Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2022)

Tabel 9 Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Sumber: Hasil olahan data SPSS 25 (2022)

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.349	1.824		-.740	.461
Harga	.116	.072	.168	1.606	.112
Kualitas Produk	.006	.077	.008	.075	.940

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2022)

Hasil Gergresii Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.896	2.694		8.870	.000
Harga	.104	.107	.103	.974	.332
Kualitas Produk	.166	.114	.161	.577	.566

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2022)

Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh	t _{hitung}	t _{tabel} (n-2; α0,05)	Kondisi	Kesimpulan
X ₁ ke Y	2.974	1,984	t _{hitung} < t _{tabel} (0,032 < 0,05)	Ho ditolak dan Ha diterima
X ₂ ke Y	3,927	1,984	t _{hitung} < t _{tabel} (0,006 < 0,05)	Ho ditolak dan Ha diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, (2022)

Hasil dari uji T yaitu Variabel Harga (X1) nilai t hitung senilai 2.974 > dari nilai t tabel 1,984. Variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai t hitung senilai 3.927 > dari nilai t tabel 1,984.) Sehingga diperoleh hasil *significant* yang lebih kecil dari α yang ditentukan senilai 0,05 sehingga dapat dikatakan *isignificant*

Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	104.539	2	42.270	12.881	.018 ^b
Residual	149.821	97	2.575		
Total	254.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, (2022)

Untuk hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F hitung (12,881) > F tabel (3,089).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.418	.3882	2.60483

1) Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

2) Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2022)

Hasil perhitungan diperoleh nilai R senilai 0,634 yang berarti korelasi hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen cukup kuat karena $R = 63,4\%$. Koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0,418$ atau 41,8%, memberikan arti bahwa besarnya perubahan pada variabel kepuasan konsumen 41,8% dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Produk, sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil di atas dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan $Y = 23,896 + 0,104X_1 + 0,166X_2$ yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut, persamaan $Y = 23,896 + 0,104X_1 + 0,166X_2$ mengindikasikan bahwa koefisien variable Kualitas Produk (0,166 mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai koefisien variable Harga (0,104)
2. Nilai Koefisien untuk Harga (X_1) senilai 0,104 mengandung arti bahwasannya terdapat pengaruh positif antara Harga terhadap variable Kepuasan pelanggan (Y) Pada Rumah Makan Titian Akar Lampung, maka akan meningkatkan variable Kepuasan Pelanggan (Y) senilai 0,104 point pada konstanta 23.896.
3. Nilai Koefisien untuk Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,166 mengandung arti bahwasannya terdapat pengaruh positif antara variable Kualitas Produk terhadap variable Kepuasan Pelanggan (Y) pada Rumah Makan Titian Akar Lampung, maka akan meningkatkan variable Kepuasan Konsumen (Y) senilai 0,166 point pada konstanta 23,896

Saran

- 1) Diharapkan kepada pihak Rumah Makan Titian Akar untuk menjaga kualitas produk serta dapat meningkatkan kualitas produk dengan lebih baik lagi.
- 2) Diharapkan kepada pihak Rumah Makan Titian Akar untuk memberikan harga pada makanan dan minuman yang tidak terlalu mahal agar dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dan dapat bersaing dengan rumah makan pesaingnya.
- 3) Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Titian Akar di Natar pada masa pandemi Covid-19, dengan menambahkan variabel - variabel lain, selain dari variabel yang telah diteliti

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofian. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset
- G.R Terry. 2010. The Management Of Human Resource Development Based On The Action, Planning, Organizing, And Controlling. Jurnal Manajemen, 10(2), pp. 129-142.
- Ghozali, Imam. 2016 Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kotler dan Armstrong.2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. (Edisi 12). Jakarta: Indeks
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga
- Nugroho, Eriyanto, Prastyo. 2011. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Patmarina, H., &Hentonto, H. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Nathan Indonesia di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Priyatno, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riskawati, Eri. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar AI Wahida (HPA) di Kota Jambi. Jambi: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah.2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Supranto dan Limakrisna, Nanda.2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorious. 2012. Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta: Andi offset.