Sibatik Journal
Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan
E-ISSN: 2809-8544

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA KEBAB SALAHUDDIN

Raissa Aprita Nur Maharani[1], Iskandar Ali Alam[2]
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung
Email: [1]raissa.18011250@student.ubl.ac.id, [2]iskandar@ubl.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dari kualitas produk terdapa kepuasan pembeli Kebab Salahuddin Bandar Lampung di Masa Pandemi Covid-19. Populasi dari riset ini adalah konsumen Kebab Salahuddin, dengan rumus Lemeshow diketahui sampel dalam penelitian sebesar 100 orang. Metode analisa dengan memakai analisa Regresi Linier Berganda. Dari hasil penelitian didapati bahwasannya Kualitas produk dan Harga secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya. Diharapkan dengan terdapatnya riset ini Kebab Salahuddin bisa menjaga menjaga kestabilan kualitas produk dan Harga yang baik bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin di Bandar Lampung.

Kata Kunci: *Kualitas produk, Harga dan Kepuasan konsumen, Covid-19.*

Abstract

This study aims to determine the effect of price and product quality on customer satisfaction of Kebab Salahuddin Bandar Lampung in the Covid-19 Pandemic Period. The population of this research is the consumer of Kebab Salahuddin, with the Lemeshow formula it is known that the sample in the study is 100 people. The method of analysis using Multiple Linear Regression analysis. From the results of the study, it was found that product quality and price together had a positive and significant influence on consumer satisfaction at Kebab Salahuddin Bandar Lampung, proven and acceptable. It is hoped that with this research, Salahuddin Kebabs can maintain product quality stability and good prices for customers so that they can increase customer satisfaction at Salahuddin Kebabs in Bandar Lampung.

Keywords: Product quality, price and consumer satisfaction, Covid-19

PENDAHULUAN

Kepuasan Konsumen merupakan aspek utama dalam pemasaran suatu produk khususnya yang memiliki kualitas baik dan brand yang terkenal. Gagasan sentral memberikan kemudahan dalam pemasaran dan dapat dipercaya oleh pembeli dari segi kualitas dan manfaaatnya setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa rasa puas konsumen terhadap suatu brand, tidak akan mudah berpaling dari brand tersebut. Pembeli yang loyal terhadap suatu merek dibuktikan dengan continue dalam membeli produk tersebut dan tidak mudah tertarik dengan produk lain meskipun lebih unggul serta dengan harga yang lebih murah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas produk dan harga suatu barang.

Kualitas produk merupakan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk sendiri adalah suatu pemahaman mengenai produk yang di tawarkan seorang pedagang yang memiliki nilai jual sesuai dengan kualitas yang tidak dipunyai oleh merek lain. Maka dari itu, perusahaan merek selalu berfokus terhadap kualitas produk serta

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22
ISSN 2809-8544

melakukan perbandingan dengan produk merek perusahaan lain. Kualitas produk dicerminkan dengan bagus atai tidaknya dalam hal kehandalan, daya tahan, kemajuan, kemudahan pengemasan, kekuatan, reparasi produk dan lain sebagainya.

Adanya kualitas produk yang baik dalam suatu perusahaan dapat memunculkan rasa puas tersendiri bagi pelanggannya. Ketika pelanggan merasakan kepuasan akan suatu produk ataupun jasa, mereka akan membandingkan dengan produk yang lain. Biasanya ketika konsumen merasa puas mereka akan *continue* membeli bahkan merekomendasikannya pada orang terdekat agar membeli produk ataupun jasa yang mereka gunakan saat ini (speech to speech). Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya karena kepuasan pelanggan adalah hal penting guna mempertahankan bisnis serta memenangkan persaingan terhadap perusahaan lain.

Selain itu, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasaan pembeli ialah harga. Nyatanya, harga menjadi faktor yang sangat penting dalam memberikan kepuasan konsumen. Apabila konsumen memutuskan membeli suatu produk, maka harga yang ditawarkan sinkron dengan harapan pelanggan dan sebanding dengan kualitas dari suatu produk. Lain halnya jika pembeli tidak jadi membeli produk, maka penjual harus meninjau ulang harga jualnya. Terdapat kemungkingan bahwa konsumen menganggap harga terlalu tinggi serta tidak sinkron dengan kualitas yang dimiliki. Dengan begitu perlu strategi ulang dalam menetapkan suatu harga yang tepat.

Penetapan harga adalah strategi utama dalam sebuah perusahaaan, persaingan global yang kian sengit. Kinerja keuangan dipengaruhi oleh harga yang telah ditentukan serta menciptakan presepsi dari konsumen serta penentu posisi suatu brand. Harga juga menjadi parameter mutu suatu produk oleh pembeli ketika dirasa sulit dalam mengevaluasi produk yang kompleks.

Pada zaman sangat modern ini, konsumen lebih cerdas, teliti, kritis dan sadar dengan harga dalam melakukan suatu pembelian. Selain itu juga banyak menuntut kepada merek yang dibeli dan didekati oleh pesaing lain dengan menawarkan produk yang lebih baik. Maka dari itu, dalam membuat presepsi calon pembeli dalam mengambil kepuasan konsumen, maka pihak perusahaan harus memberikan strategi promosi, strategi lokasi dan strategi harga yang baik.

Kebab Salahuddin Bandar Lampung merupakan salah satu bidang usaha makanan cepat saji. Kebab Salahuddin membentuk strategi pemasaran dengan meningkatkan kesan baik kepada pelanggan supaya tertarik untuk membeli produk terutama pelanggan setia. Menu kebab menjadi menu utama di Kebab Salahuddin Bandar Lampung yang meruapakan makanan ciri khas berasal dari Timur Tengah. Makanan kebab sendiri juga sangat terkenal di seluruh dunia khususnya Eropa. Sebagai bentuk strategi Kebab Salahuddin Bandar Lampung dalam menarik minat pembeli yaitu dengan menawarkan harga kebab yang sangat terjangkau bagi masyarakat khususnya anak muda. Selain itu, ciri khas yang sangat menonjol dari Kebab Salahuddin yakni dari segi suasana outletnya. Ada dua konsep yang diberikan yaitu konsep outdoor maupun indoor. Sehingga hal tersebut sangat efektif dalam menarik

Sibatik Journal
Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan
E-ISSN: 2809-8544

perhatian pembeli dan rasa puas dalam mengonsumsi suatu produk. Berikut perbandingan harga Kebab Salahuddin dan pesaingnya Di Bandar Lampung.

Adapun beberapa tujuan pada penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga secara bersamaan mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung.

TINJAUAN PUSTAKA

(Kotler & Keller, 2012) berpendapat mengenai manajemen pemasaran dengan pelaksanaan, penganalisaan serta pengawasan beberapa program yang bertujuan melakukan pertukaran pasar yang dituju dengan maksud supaya tercapainya tujuan organisasi.

Kualitas produk juga sangat berpengaruh dalam tingkat penjualan suatu produk. (Kotler & Armstrong, 2012) berpendapat kualitas produk yaitu kapasitas produk bagus atau tidaknya dalam hal kehandalan, daya tahan, kemajuan, kemudahan pengemasan, kekuatan, reparasi produk dan property bernilai lainnya.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi faktor utama dalam tingkat penjualan. Pengertian harga dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong dengan sejumlah nilai uang yang harus dibayarkan oleh pembeli atas pembelian suatu produk ataupun jasa untuk digunakan manfaat atau menggunakan produk maupun jasa.

Komponen selanjutnya yang penting dalam sebuah usaha yaitu kepuasan konsumen. (Kotler & Keller, 2013) mendefinikasn kepuasaan konsumen yaitu dengan tingkatan seseorang (pembeli) setelah mendapatkan suatu produk atau jasa yang di tukar dengan uang kemudian membandingkan dengan harapannya.

DESAIN PENELITIAN

Adapun kajian ini menerapkan desain penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif sendiri adalah cara atau konsep memecahkan suatu permasalahan dengan menggambar dan melukis suatu keadaan, fenomena, peristiwa maupun hal yang sedang terjadi sesuai dengan kenyataan (apa adanya). Kajian ini memiliki tujuan memaparkan hubungan kasual dengan variabel melalui uji hipotesis.

Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2017) menjelaskan bahwa populasi yakni wilayah abstraksi yang memiliki bagian terhadap objek maupun subjek yang memiliki kualitas serta karakter spesifik dengan ketetapan dari pengkaji untuk dipahami dan kemudian disimpulkan. Populasi dari kajian ini yaitu konsumen Kebab Salahuddin Bandar Lampung, dengan menggunakan rumus Lemshow diketahui bahwa sampel penelitian berjumlah 100 orang responden.

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22
ISSN 2809-8544

Analisis Data Kualitatif

Menganalisis data dengan konsep kualitatif yaitu analisa yang mengonsepkan dengan terperinci dengan cara melakukan interpretasi data yang didapatkan dari pendekatan secara teoritis. Data disederhanakan menjadi lebiih ringan dipaham dengan gamabran bentuk histogram, median, distribusi frekuensi, modus, harga rata-rata dan simpangan baku (standar deviasi).

Analisis Data Kuantitatif

Menganalisis data dengan konsep kuantitatif yaitu menganalisa data menggunakan angka yang bisa diukur dan dihitung. Sedangkan tujuan analisis ini sendiri yaitu untuk mengetahui tingkat pengaruh dalam variabel dengan variabel lain secara kuantitatif. Dalam menganalisa perhitungan data kajian ini, menerapkan metode statistik yang dipermudah menggunakan aplikasi software SPSS 23 untuk menganalisa data penelitian.

Analisis Data
Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.087	2.863		3.174	.002
	Kualitas Produk	.323	.088	.342	3.664	.000
	Harga	.410	.094	.409	4.378	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berlandaskan persamaan regresi linear berganda seperti diatas, maka interpretasinya dijabarkan sebagaimana dibawah ini :

a. Hasil diatas bisa dinyatakan dengan persamaan Y= 9.084 + 0,323X_1 + 0,410X_2 yang bisa diinterpretasikan sebagai berikut, menunjukkan jika koefisien variabel Harga (0,410) memiliki nilai yang lebih besar dari pada nilai koefisien variabel Kualitas produk (0,323).
b. Nilai koefisien variabel Kualitas produk (X_1) sebanyak 0,323 memiliki makna bahwasannya ada dampak positif diantara variabel Kualitas produk (X_1) dengan variabel Kepuasan konsumen (Y), oleh karena itu jika (X_1) dinaikkan sebanyak 1% akan tetapi Harganya tetap (tidak ada perubahan) maka Kepuasan pelanggan baik menjadi 3,23%
c. Nilai koefisien variabel Harga (X_2) sebanyak 0,410 memiliki makna bahwa ada dampak positif yang ditimbulkan antara variabel Harga (X_2) dengan variabel Kepuasan pelanggan

Sibatik Journal
Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan
E-ISSN: 2809-8544

(Y), oleh karena itu apabila (X_2) dinaikkan sebanyak 1% akan tetapi Kualitas produk tetap (tidak ada perubahan) maka Kepuasan pelanggan dapat naik menjadi 4,1%.

d. Dari kedua variabel tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasannya Kepuasan pelanggan yang baik lebih besar atau lebih menonjol dipengaruhi Harga dari pada Kualitas produk.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670[a]	.449	.437	3.596

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

Hasil penghitungan regresi didapati bahwasannya koefisien determinasi (R Square) yang didapatkan adalah sebanyak 0,446. Dengan begitu menunjukkan jika 44,6% rasa puas konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung disebabkan faktor Kualitas produk dan Harga, dan sisanya sebesar 55,4% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam kajian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh	**t_{hitung}**	**t_{tabel}(n-2;α0,05)**	**Kondisi**	**Kesimpulan**
X_1 ke Y	3.664	1,984	$t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,000< 0,05)	Ho ditolak dan Ha diterima
X_2 ke Y	4.378	1,984	$t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,000< 0,05)	Ho ditolak dan Ha diterima

1. Variabel Kualitas produk (X_1) dengan Kepuasan konsumen (Y)

   Dalam variabel kepercayaan didapatkan nilai t_{hitung} sebanyak 3.664 lebih besar daripada nilai t_{tabel} 1,984 atau dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$, sementara itu hasil dari

DOI: https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22
ISSN 2809-8544

significant yang didapatkan sebanyak 0,005, lebih kecil dari α yang ditetapkan yakni 0,05 oleh karenanya bisa disebut *significant*. Dengan begitu, Ho ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain: Hipotesis pertama: Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap rasa puas konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, hal ini sudah ada buktinya dan juga telah diterima kebenarannya.

2. Variabel Harga (X_2) dengan Kepuasan konsumen (Y)

   Variabel Harga didapatkan dari nilai t_{hitung} sebanyak 4.378 lebih banyak dari nilai t_{tabel} 1,984 atau dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$, sementara itu hasil *significant* yang didapatkan sebanyak 0,000, lebih kecil dari α yang telah ditetapkan yakni 0,05 oleh karena itu bisa disebut *significant*. Dengan begitu, Ho ditolak dan Ha diterima, dengan kata lain: Hipotesis kedua: Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada rasa puas konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, sudah terbukti dan bisaditerima kebenarannya.

Uji Hipotesis Anova atau Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1021.538	2	510.769	39.491	.000[a]
	Residual	1254.572	97	12.934		
	Total	2276.110	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pengujian yang dilakukan secara simultan didapatkan nilai Fhitung (39.491) > Ftabel (3,09) dengan nilai signifikansi (sig.) 0,000< α 0,05, oleh karena itu Ho ditolak dan Ha diterima yang bermakna bahwa secara berdampingan Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rasa puas yang dirasakan pelanggan (Y) di Kebab Salahuddin Bandar Lampung. Hipotesis ketiga: Kualitas produk dan Harga secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rasa puas yang dirasakan pelanggan pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

Sibatik Journal
Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan
E-ISSN: 2809-8544

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari uraian pembahasan yang telah dijabarkan oleh penulis diatas, maka kesimpulan yang ditarik oleh penulis dijabarkan dibawah ini:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rasa puas konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, dan hal ini sudah dibuktikan sekaligus kebenarannya telah diterima.
2. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Kebab Salahuddin Bandar Lampung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya.
3. Kualitas produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung, dan hal ini sudah dibuktikan sekaligus kebenarannya telah diterima.

Saran

Dari hasil analisa data penulis baik secara kualitatif maupun kuantitatif, ada ahal-hal yang penulis rasa harus direkomendasikan pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung dengan tujuan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggansupaya lebih baik lagi dari kondisi sekarang yang telah ada, diantara rekomendasi tersebut atara lain:

1. Pada Indikator Kualitas Produk terdapat item pertanyaan rendah yaitu nomor satu. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kebab Salahuddin Bandar Lampung harus memperbaiki makanan agar lezat dan sesuai dengan selera konsumen, dengan demikian akan memperbaiki Kualitas Produk yang ada pada Kebab Salahuddin Bandar Lampung.
2. Pada indikator Harga terdapat item pertanyaan rendah yaitu nomor tiga, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menetapkan harga sesuai dengan yang tertera dimenu, sehingga akan meningkatkan variabel Harga dan sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Keller, P. K. (2012). *Marketing Management Edisi 14.* New Jersey: Prentice-Hall Published.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing.* New Jersey: Prentice-Hall Published.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing.* New Jerysey: Prentice-Hall Published.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Management Marketing Edition 14.* New Jersey: Prentice-Hall Published.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua.* Jakarta: Erlangga.

Nuranisa Fitri, Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelan. SIBATIK

ISSN 2809-8544

JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(3), 151–162. https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.21

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.