

PENGARUH KUALITAS PRODUK KEPUASAN PELANGGAN PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SATE BANG JACK LAMPUNG

Meiji Susanto¹, Toton²

Universitas Bandar Lampung

Email: meiji.18011202@student.ubl.ac.id¹, toton@ubl.ac.id²

Abstract

One of the typical Indonesian culinary is satay, especially in Lampung. The sector that is developing is Sate Bang Jack. This study was conducted to determine Product Quality, Customer Satisfaction, Online Promotion on Repurchase Interest in Sate Bang Jack partially and simultaneously. The population in this research is 1561 with a research sample of 94 respondents based on consumer data of Sate Bang Jack by filling out a questionnaire. The analysis technique is in the form of validity test, reliability test, multiple linear regression, coefficient of determination², hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis: $Y = 2,975 + 0,087X_1 + 0,299X_2 + 0,329 X_3$ The results of the T test are Product Quality Variables (X1) tcount value is 2.891 > from the t-table value of 1.662. Customer Satisfaction Variable (X2) with a t-count value of 2.876 > from the t-table value of 1.662. Online Promotion Variable (X3) on Repurchase Interest (Y) with t count value of 3,299 > t table value of 1,662. So that the *significant* obtained is 0.001, smaller than α , which is 0.05 so that it can be said to be *significant*. Simultaneous testing obtained the calculated F value (15.677) > F table (3,1). The result of the coefficient of determination (Rsquare) is 0.343.

Keywords: *Product Quality; Customer satisfaction; Online Promotion; Repurchase Interest*

Abstrak

Salah satu kuliner khas Indonesia ialah sate terutama di Lampung. sektor yang sedang berkembang yaitu sate bang jack. Studi ini di lakukan untuk mengetahui kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Promosi Online terhadap Minat Beli Ulang pada Sate Bang Jack secara parsial dan simultan. Populasi pada riset ini yakni sebanyak 1.561 dengan sampel penelitian 94 responden berdasarkan data konsumen Sate Bang Jack dengan mengisi kuesioner. Teknik analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, koefisien determinasi R^2 , uji hipotesis. Hasil analisis regresi linear berganda: $Y = 2,975 + 0,087X_1 + 0,299X_2 + 0,329 X_3$. Hasil dari uji T yaitu Variabel Kualitas Produk (X1) nilai t hitung sebesar 2,891 > dari nilai t tabel 1,662. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) dengan nilai t hitung sebesar 2,876 > dari nilai t tabel 1,662. Variabel Promosi Online (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) dengan nilai t hitung sebesar 3,299 > nilai t tabel 1,662. Sehingga hasil *signifikan* yang diperoleh sebesar 0,001, lebih kecil dari α yaitu 0,05 sehingga dapat dikatakan *signifikan*. pengujian simultan diperoleh nilai F hitung (15.677) > F tabel (3,1). Hasil koefisien determinasi (Rsquare) diperoleh sebesar 0,343.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan; Promosi Online; Minat Beli Ulang

PENDAHULUAN

Indonesia menjadi salah satu Negara dengan kekayaan kuliner yang luar biasa dan tersebar di seluruh wilayah. Salah satu kuliner khas Indonesia yang paling terkenal adalah sate Sate Bang Jack yang di jual di daerah Way Kandis memiliki cita rasa yang khas dan sudah diperdagangkan melalui online atau Gofood dan Grabfood. Sate Bang Jack juga sudah memiliki pelanggan yang cukup luas dari berbagai kalangan dan juga berasal dari luar daerah Bandar Lampung.

Tabel 1 Data Jumlah Ulasan dan Jumlah Minat Beli Ulang Sate Bang Jack 2020

No	Bulan	Ulasan (Testimoni) Minat Beli Ulang	Jumlah Pembelian Ulang (Online)	Jumlah Pembelian Ulang (Offline)
1	Januari 2020	150	80	70
2	Februari 2020	145	79	66
3	Maret 2020	140	89	51
4	April 2020	135	67	68
5	Mei 2020	135	70	65
6	Juni 2020	135	99	36
7	Juli 2020	130	55	75
8	Agustus 2020	130	65	65
9	September 2020	123	45	78
10	Oktober 2020	121	66	55
11	November 2020	117	56	61
12	Desember 2020	100	70	30
	Jumlah	1561	841	720

Sumber: Sate Bang Jack Tahun 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1 secara umum dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 akan terjadi penurunan jumlah review (tanggapan) yang akan mempengaruhi jumlah pembelian online per bulan, penurunan jumlah ini akan berkisar antara 2 – 5 reviews (ulasan). dan jumlah penjualan online dengan selisih yang menurun antara 13 – 205 pembelian online. Dari Januari hingga Desember, jumlah review (tanggapan) terus menurun, yang juga menyebabkan jumlah pembelian online menurun setiap bulannya. Berdasarkan peristiwa di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepuasan pelanggan dan promosi online terhadap tujuan pembelian kembali Sate bang Jack.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Manajemen pemasaran ialah sistem umum kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menyebarkan dan menyebarkan produk, jasa dan ide yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi (Tjiptono dan Fandy 2016).

Pemasaran.

Pemasaran adalah proses sosial dan proses manajemen di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai. (Kotler, 2008 dalam Sunyoto, 2014)

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keadaan dinamis dari produk, layanan manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Oleh karena itu; gagasan kualitas tidak terbatas hanya pada produk akhir yang dihasilkan oleh perusahaan. (Goetsc dan Davis dalam Fandy Tjiptono, 2016)

Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan adalah sebagai berikut: Merespon kebutuhan atau reaksi konsumen. Kepuasan adalah ciri atau atribut suatu produk jasa atau evaluasi dari produk itu sendiri dan memberikan tingkat kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. (Zethaml dan Bitner, 2013)

Promosi Online

Promosi adalah insentif langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk membeli produk secara langsung atau meningkatkan jumlah pembelian oleh pelanggan dan untuk memuaskan konsumen sehingga mereka melakukan pembelian ulang (Herman Malau, 2017)

Minat Beli

Minat beli diartikan sebagai perilaku konsumen dimana konsumen cenderung memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. (Kotler dan Keller dalam Adi, 2015)

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 deskriptif, 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 Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung. Sedangkan objek penelitian ini adalah persepsi konsumen mengenai kualitas produk, kepuasan pelanggan, promosi online, dan minat beli ulang.

Populasi Dan Sampel

Populasi pada riset ini merupakan semua konsumen Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung sebanyak 1.561 sedangkan Sampel memakai teknik slovin dengan rumus:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{1.561}{1 + 1.561 (10\%)^2} \\ &= \frac{55}{1 + 1.561 (0,01)} \\ &= \frac{1.561}{16,61} \\ &= 93,97\end{aligned}$$

Teknik Analisis Data

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

Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk memastikan relevansi 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 menganalisis pengaruh variabel bebas berupa: Kualitas Produk (X_1), Kepuasan Konsumen (X_2) dan Promosi Online (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Minat beli ulang (Y). Rumus persamaan dalam model regresi linier berganda di penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E_t$$

Uji Hipotesis

Uji t dapat digunakan untuk menguji secara signifikansi hubungan antara variabel X dan Y , apakah variabel Kualitas Produk (X_1), Kepuasan Konsumen (X_2), Promosi Onine (X_3) yang dipersepsikan benar – benar berpengaruh pada variabel Minat Beli Ulang (Y) secara parsial atau terpisah.

Uji f digunakan agar mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara bersamaan yang berpengaruh terhadap variabel Y .

Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013) mengemukakan bahwa koefisiensi determinasi dapat disimpulkan untuk mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi bisa ditunjukkan dengan R^2 dan Adjusted R Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	Item Pertanyaan H1	457	0,264	Valid

Kualitas Harga (X1)	Item Pertanyaan H2	290	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H3	477	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H4	336	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H5	326	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H6	521	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H7	509	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H8	583	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H9	493	0,264	Valid
	Item Pertanyaan H10	667	0,264	Valid
	Kepuasan Pelanggan	Item Pertanyaan P1	347	0,264
Item Pertanyaan P2		521	0,264	Valid
Item Pertanyaan P3		439	0,264	Valid
Item Pertanyaan P4		504	0,264	Valid
Item Pertanyaan P5		517	0,264	Valid
Item Pertanyaan P6		590	0,264	Valid
Item Pertanyaan P7		591	0,264	Valid
Item Pertanyaan P8		517	0,264	Valid
Item Pertanyaan P9		549	0,264	Valid
Item Pertanyaan P10		372	0,264	Valid
Promosi Online (X3)	Item Pertanyaan O1	446	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O2	455	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O3	492	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O4	445	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O5	510	0,264	Valid

	Item Pertanyaan O6	424	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O7	430	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O8	464	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O9	591	0,264	Valid
	Item Pertanyaan O10	558	0,264	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	Item Pertanyaan B1	485	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B2	429	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B3	531	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B4	522	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B5	447	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B6	584	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B7	459	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B8	565	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B9	362	0,264	Valid
	Item Pertanyaan B10	512	0,264	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan dengan semua indikator yang digunakan untuk mengukur antara variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini sehingga mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0,264 (nilai r tabel untuk $n = 94$), jadi semua indikator tersebut dikatakan valid serta siap untuk diuji lebih lanjut.

Uji Realibilitas

Tabel 3 Uji Reabilitas

NO	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	810	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (X2)	659	Reliabel
3	Promosi Oline (X3)	643	Reliabel
4	Minat Beli Ulang (Y)	649	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2022)

Menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60 (di atas), sehingga semua konsep pengukuran setiap variabel dalam kuesioner sama - sama reliabel.

Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
		Beta				
1	(Constant)	12.975	4.587		2.829	.006
	Total_X1	.287	.197	.396	2.891	.005
	Total_X2	.299	.104	.301	2.876	.005
	Total_X3	.329	.100	.324	3.299	.001

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Hasil olahan data SPSS25 (2022)

$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + et$
$Y = 12,975 + 0,087X_1 + 0,299X_2 + 0,329 X_3$

Hipotesis

Tabel 5 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
		Beta				
1	(Constant)	12.975	4.587		2.829	.006
	Total_X1	.287	.197	.396	2.891	.005
	Total_X2	.299	.104	.301	2.876	.005
	Total_X3	.329	.100	.324	3.299	.001

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2022)

Hasil dari uji T yaitu Variabel Kualitas Produk (X1) nilai t hitung senilai 2,891 > dari nilai t tabel 1,662. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) dengan nilai t hitung senilai 2,876 > dari nilai t tabel 1,662. Variabel Promosi Online (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) dengan nilai t hitung sebesar 3,299 > nilai t tabel 1,662. Sehingga hasil *significant* yang diperoleh sebesar 0,001, lebih kecil dari α yaitu 0,05 sehingga dapat dikatakan *significant*.

Tabel 6 Uji F

ANOVA						
Mode		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.615	3	83.872	15.677	.000
	Residual	481.491	90	5.350		
	Tota	733.106	93			

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2022)

Untuk hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F hitung (15.677) > F tabel (3,1).

Tabel 7 Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.343	.321	2.313

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2022)

Hasil koefisien determinasi (Rsquare) diperoleh sebesar 0,343. Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Promosi Online memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli Ulang Pada Sate Bang Jack Lampung.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung.
3. Promosi Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung.
4. Kualitas Produk Kepuasan Pelanggan dan Promosi Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung.

Saran

1. Penelitian ini mengatakan bahwa media social instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sate Bang Jack di Way Kandis Bandar Lampung. Dalam hal ini, maka saran dapat memberikan saran berupa para pengguna akun instagram lebih- bijaksana dalam menggunakan instagram.
2. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan mengenai indikator “Perasaan puas konsumen agar melakukam pembelian kembali dan merekomendasikan kepada orang lain”

3. Untuk peneliti lanjutan menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online terhadap Minat Beli Ulang dengan menggunakan produk dalam objek penelitian yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aqbari, I., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Distro Stash Bandung)* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas).
- Amelia, M. S. (2016). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffee Time Kopo Bandung* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpat).
- Dasopang, K. H., & Rokan, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp. Kotapinang. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(6), 755-762.
- Deny Irawan Dan Edwin Japarianto (2013). *Anliisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variable Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya* Vol. 1, No. 2. (Jurnal Manajemen Pemasaran: Universitas Kristen Petra Surabaya)
- Erisna, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Sarana Mulya Kencana Politronan Di Bandar Lampung*. Penelitian Mandiri Universitas Bandar Lampung.
- Gustianto, C. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Blackmaroon Betta Farm)* (Doctoral Dissertation, Stie PGRI Dewantara).
- Iful Anwar, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, (Surabaya: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 4, No. 12, 2015)
- Irdawati, I. (2022). Effect of Working Capital and Leverage on Profitability (Study on Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2014-2018 Period). *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (Sinomics Journal)*, 1(2), 241-250.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado*. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, .
- Mileva, L. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line)* (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Muhammad, C. (2020). Analisis Faktor – Faktor Keputusan Pembelian Tiket Angkutan Kereta Api Joglo semarkerto Di Semarang. Skripsi.
- Priyatno, (2012). *Uji reliabilitas metode mengukur skala dengan Cronbach Alpha* Yogyakarta:
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.



Yusup, A., & Ramdani, D. (2022). MSME Marketing Strategy Know Fortune Barokah to Increase Product Sales During the Pandemic. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 95-102.