

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RAMEN YA

Rini Rustini¹, Aris Hidayat²

¹Universitas Bina Sarana Informatika²Universitas Bina Sarana Informatika,
Jl.Dewi Sartika No.289, Cawang, Jakarta Timur

e-mail: rstnrin@gmail.com¹, aris.aku@bsi.ac.id²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan ramenya cabang Mall Kota Kasablanka. (2) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ramenya cabang Mall Kota Kasablanka. (3) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan ramenya cabang Mall Kota Kasablanka. Penelitian ini dilakukan pada ramenya cabang Mall Kota Kasablanka menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden kepuasan pelanggan ramenya cabang Mall Kota Kasablanka. Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner melalui Google Form dengan beberapa pernyataan-pernyataan, kemudian data diolah dengan menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian uji T menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar $4,104 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan terdapat pengaruh secara persial antara harga terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar $2,479 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 42,428 dan signifikansi 0,000, ha ini menunjukkan F hitung $42,428 > 3,09$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The purpose of this study is to find out (1) the influence of product quality on customer satisfaction of ramenya Kota Kasablanka Mall branch. (2) the effect of price on customer satisfaction of ramenya Kota Kasablanka Mall branch. (3) the effect of product quality and price on customer satisfaction of ramenya Kota Kasablanka Mall branch. This research was conducted on the Ranya branch of Mall Kota Kasablanka using a quantitative descriptive method. The sample in this study was 100 respondents of customer satisfaction ramenya Kota Kasablanka Mall branch. The data collection technique is by questionnaire through Google Form with several statements, then the data is processed using SPSS 25 software. The results of the T test research show that there is a persalical influence between product quality and customer satisfaction with a t-value of $4.104 > 1.985$, then H_0 is rejected and H_a is accepted and there is a persalical effect between price on customer satisfaction with a t-value calculated of $2.479 > 1.985$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. While the simultaneous influence between product quality and price on customer satisfaction with an F value of 42.428 and a significance of 0.000, this ha shows an F of $42.428 > 3.09$ and a significance of $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang menyebabkan perubahan gaya hidup dan pola pikir masyarakat, kebutuhan fisiologis setiap manusia juga meningkat, salah satunya kebutuhan akan suatu makanan dan minuman sehari - hari. Makanan merupakan sumber energi dan nutrisi yang berasal dari hewan atau tumbuhan yang dibutuhkan oleh setiap makhluk hidup. Masyarakat kini cenderung ingin yang mudah dan praktis maka dari itu, saat ini banyak sekali tersebar restoran fastfood yang menguntungkan bagi masyarakat sehingga memudahkan dalam mengkonsumsi makanan. Banyak masyarakat kini lebih menyukai makanan fastfood, dari pada makanan rumahan, selain karena enak sebab rasa makanannya berbeda dari makanan rumahan, restoran fastfood juga dapat menghemat waktu konsumen untuk langsung menyantap dan banyak yang harganya ramah dikantong. Oleh karena itu, restoran fastfood merupakan usaha kuliner yang mengalami perkembangan pesat (Martani et al., 2022)



Restoran yang menyajikan hidangan ramen di Indonesia salah satunya adalah restoran RamenYA, salah satu restoran ramen halal dan harga terjangkau yang telah memiliki puluhan outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. ,yang dimana masyarakatnya tidak terlepas untuk mengkonsumsi makanan yang berbahan dasar mie dan sudah menjadikannya sebagai salah satu makanan pokok, sehingga membuat ramen banyak digemari oleh masyarakat Indonesia terutama oleh kalangan anak muda dan orang dewasa. Ramen memiliki ciri khas dengan bentuk mie tipis yang berdiameter lebih kecil dari mie instan yang dipasarkan di Indonesia pada umumnya. Ramen ini biasanya memasukan mie kedalam kuah yang dibuat khusus dengan berbagai jenis kaldu.(Hikmat & Saefudin, 2023)

Mengingat kualitas produk dan harga merupakan dua dari sekian banyak aspek yang dipertimbangkan pelanggan saat membuat pilihan pembelian. Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya. agar semua konsumen betah dan merasa nyaman dan juga Kualitas Produk harus stabil dan konsisten dimana setiap pesanan produk harus selalu ada serta kualitasnya harus benar - benar dijaga dari segi kebersihannya pada produknya, (Asti & Ayuningtyas, 2020)

Menurut (Journal et al., 2017) pada penelitian (Sholikhah & Hadita, 2023) Kualitas produk menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam suatu proses keputusan pembelian produk. Selain itu melihat faktor harga kualitas produk juga menjadi pertimbangan oleh karena itu perusahaan atau restaurant harus sangat memperhatikan dan terus menjaga kualitas produk - produk yang dikeluarkan.

Selain menjaga kualitas produk, RamenYa bisa di bilang memiliki harga yang terjangkau. Bagi konsumen harga merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalanbarang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.(Widyaningsari, 2024)

Berdasarkan uraian diatas, alasan saya melakukan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan RamenYA. Sehingga kami dapat mengetahui dimana letak kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dari perusahaan yang dapat mengevaluasi untuk mengembangkan perusahaannya. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan RamenYA Cabang Mall Kota Kasablanka”**

METODE PENELITIAN

Pada buku (Akbar Iskandar et al., 2023) desain penelitian adalah rencana sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi guna menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang diajukan. Desain penelitian ini mencakup langkah-langkah dan strategi yang diperlukan untuk mengatur pengumpulan data agar hasil penelitian menjadi valid, dapat dipercaya, dan relevan. Populasi dalam studi ini adalah pelanggan yang membeli produk RamenYA di Mall Kota Kasablanka, Kota Jakarta Selatan, yang tidak diketahui jumlahnya. Dari adanya populasi yang dituju, pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah teknik non probability dengan teknik purposive sampling dan digunakan rumus Lemeshow untuk jumlah sampel yang dikumpulkan, mengingat besar populasinya tidak diketahui atau tidak terbatas.

Penelitian ini menggunakan data primer, sumber penelitian primer adalah sumber data yang langsung memberikan kepada pengumpul data, karena penelitian langsung dilaksanakan dan hasilnya diambil melalui sampel secara langsung, yaitu para pelanggan RamenYA . Penelitian ini menggunakan kuesioner secara online yaitu melalui *Google form*.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, untuk mengukur variabel yang dituju, maka instrumen tersebut dapat dikatakan sah. Jadi, peneliti akan mendapatkan variabel dan titik data penelitian dengan akurasi yang tepat (Puspasari & Puspita, 2022). Selanjutnya terdapat Uji Asumsi Menurut Ghozali, definisi uji normalitas yaitu pengujian memiliki tujuan memeriksa apakah variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak dalam suatu model regresi. Nilai residu yang ada dalam suatu model regresi seharusnya berdistribusi normal (Laurentius, 2022). Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Regresi Berganda. Kemudian yang terakhir dilakukan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji T-test, Uji F (Simultan), Koefisien Determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di RamenYA cabang Mall Kota Kasablanka, Lenteng Agung, Jakarta Selatan. Kuesioner dibagikan kepada 100 pelanggan RamenYA Mall Kota Kasablanka dengan menggunakan Google Forms.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini adalah uji non-parametrik One Sample Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan tidak berdistribusi normal jika sebaliknya.

Tabel 1

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,84205337
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,114
	Negative	-,116
Test Statistic		,116
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,128 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound Upper Bound
		,119 ,137

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan pendekatan Monte Carlo yang tepat pada tingkat kepercayaan 95% ditunjukkan pada tabel di atas. Mencapai tingkat signifikansi 0,137, yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas berdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan Uji Glejser. Adapun karakteristik untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas, dilihat dari skor dibawah 0,05 menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sedangkan apabila skor diatas 0,05 menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

Tabel 2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,308	2,334		1,417	,160
	Kualitas Produk	-,170	,091	-,277	-1,860	,066
	Harga	,112	,087	,193	1,294	,199

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hipotesis diterima karena tidak ada heteroskedastisitas pada data karena variabel X1 dan X2 tingkat signifikansi yang lebih tinggi dari 0,05 (0,066 dan 0,199, masing-masing), seperti pada tabel di atas.

3. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas memiliki korelasi satu sama lain, digunakan uji multikolinieritas. Dengan tidak adanya multikolinieritas, nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari atau sama dengan 10, maka terdapat multikolinieritas.

Tabel 3

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	,449	2,228
	Harga	,449	2,228

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model regresi tidak menunjukkan adanya multikolinieritas karena hasil pengujian dari pada tabel di atas, nilai tolerance untuk variabel independen (citra merek dan kualitas produk) adalah 0,449 dan nilai VIF sebesar $2,228 < 10$. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan adanya multikolinieritas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Besarnya pengaruh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat ditentukan dengan melakukan Uji Regresi Linier Berganda.

Tabel 4

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6,440	3,259		1,976
	Kualitas Produk	,524	,128	,454	4,104
	Harga	,300	,121	,274	2,479

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berikut ini adalah penjelasan untuk persamaan linier berganda yang diberikan di atas:

- 1) Dengan nilai konstanta sebesar 6,440, kita dapat melihat bahwa (X1) Kualitas Produk dan (X2) Harga tidak mengalami kenaikan. Maka, 6,440 akan tetap menjadi nilai (Y) Kepuasan Pelanggan.
- 2) Koefisien positif, seperti 0,524 untuk kualitas produk, menunjukkan korelasi yang menguntungkan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.
- 3) Pada 0,300, koefisien harga memiliki kemiringan positif, menunjukkan korelasi yang menguntungkan antara kesan baik konsumen terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Uji Hipotesis

1. Uji T (Persial)

Tabel 5

Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6,440	3,259		1,976
	Kualitas Produk	,524	,128	,454	4,104
	Harga	,300	,121	,274	2,479

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tujuan uji T adalah untuk mengetahui hipotesis apakah variabel terikat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas. Sifat efek didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai t hitung dan t tabel. Ha diterima benar jika nilai $p < 0,05$. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan berdasarkan tabel diatas

- a. Ho ditolak dan Ha diterima karena hasil pengujian yang menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,104 $> 1,985$. Maka temuan menunjukkan bahwa kualitas produk memang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Nilai t hitung sebesar 2,479 $> 1,985$, maka Ho ditolak dan ha diterima. Hal ini membuktikan bahwa harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 6

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	293,867	2	146,934	42,428
	Residual	335,923	97	3,463	
	Total	629,790	99		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Hasil dari tabel tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F sebesar 42,428 yang lebih dari 3,09 sehingga menolak Ho dan menerima Ha. Artinya kualitas produk dan harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan secara bersamaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)**1. Uji Koefisien Determinasi Parsial**

Tabel 7
Hasil Koefisien Determinasi X1 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,658 ^a	,433	,427	1,909

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Berdasarkan data pada tabel tersebut, variabel kualitas produk (X1) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 43,3% ($0,433 \times 100\%$), sedangkan faktor lain menyumbang 56,7% sisanya ($100\% - 43,3\%$). Nilai determinasi R square sebesar 0,433.

Tabel 8
Hasil Koefisien Determinasi X2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,612 ^a	,374	,368	2,006

a. Predictors: (Constant), Harga

Berdasarkan data pada tabel, nilai determinasi R-squared sebesar 0,374. Artinya dari total variabel Y dan X2, harga menyumbang 37,4% ($0,374 \times 100\%$), sedangkan faktor lain menyumbang 62,6% sisanya ($100\% - 37,4\%$).

2. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi X1 dan X2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,683 ^a	,467	,456	1,861

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

Data tabel menunjukkan nilai determinasi R-squared adalah 0,467. Artinya bahwa X1, kualitas produk, dan X2, harga, masing-masing memberikan kontribusi sebesar 46,7% ($0,467 \times 100\%$) terhadap pengaruhnya terhadap Y, kepuasan pelanggan, sedangkan faktor lain, menyumbang 53,3% ($100\% - 46,7\%$), tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan temuan Uji T pada faktor kualitas produk dan kepuasan pelanggan menunjukkan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t sebesar $4,104 > 1,985$, oleh karena itu menolak H_0 dan menerima H_a .

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan temuan Uji T menyimpulkan bahwa harga agak mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena nilai t adalah $2,479 > 1,985$ dan hasil signifikansi $0,015 < 0,05$, sesuai dengan temuan uji T pada variabel harga dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F maka menolak H_0 dan menerima H_a karena, menurut temuan pengujian, nilai F yang dihitung adalah 42,428 dan signifikansinya adalah 0,000. Karena $42,428 > 3,09$ dan $0,000 < 0,05$, kita dapat menyimpulkan bahwa H_a adalah alternatif yang benar. Dengan demikian, kualitas produk dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan

KESIMPULAN

Analisis dan studi ini berusaha untuk mengetahui faktor-faktor seperti kualitas produk dan harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan RamenYA cabang Mall Kota Kasablanka. Berikut kesimpulan yang penulis Tarik dari penemuan ini, sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas produk memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan RamenYA. Fakta bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $4,104 > 1,985$.
2. Variabel harga memiliki peran yang cukup besar. Hasil pengujian yang menunjukkan nilai t-value sebesar $2,479 > 1,985$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ membuktikan hal tersebut. Harga ternyata mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Hasil uji F menunjukan nilai F hitung sebesar $42,428 > 3,09$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas produk dan harga RamenYA Cabang Mall Kota Kasablanka.

REFERENSI

- Akbar Iskandar, Andrew Ridow Johanis M, Mansyur, Rita Fitriani, & Nur Ida. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Metode_Penelitian/dMnfEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Hikmat, N., & Saefudin, N. (2023). Pengaruh Keberagaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Ucings Ramen Di Kabupaten Sumedang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1675–1686.
- Laurentius, J. F. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI KOTA HARAPAN INDAH BEKASI. 1–16.
- Martani, Utami, B., & Fauziah, T. A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOKANA RAMEN & TEPPAN. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(06), 65–74. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i06.413>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Widyaningsari, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Ciledug Kreo, Kota Tangerang. *SOCIORA: The Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 177–187.