

PENGARUH BRAND IMAGE, CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN GRESIK

by Zafiroh Nurul Janah -

Submission date: 14-Jul-2022 05:43PM (UTC+0700)

Submission ID: 1870425055

File name: ARTIKEL_SKRIPSI-ZAFIROH_NURUL_J-BARU_1.docx (35.88K)

Word count: 1789

Character count: 10950

PENGARUH *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACAOAN GRESIK

Zafiroh Nur¹, Janah¹, Dr. IGN. Anom Maruta, MM², Drs. Agung Pudjianto, MM³

^{1,2}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

³Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : zafirohnuruljanah@gmail.com

ABSTRAK

Business competition is now getting tougher, nowadays there are more businesses in the culinary field with various kinds according to their own identities and advantages. one of the companies involved in business competition is Mie Gacaoan. There is a restaurant in Gresik City that provides Spicy Noodles whose level of spiciness is ordered according to desire, which is known as Mie Gacaoan. The formulation of the problem is whether there is an influence of Brand Image, Taste and Price simultaneously and simultaneously on the goal. Data analysis using multiple linear regression analysis techniques, validity test, reliability test, classical assumption test and hypothesis testing. The results of the study, namely, that Brand Image has a positive and significant influence on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik. Taste has a positive and significant influence on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik. Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik. Brand Image, Taste, and Price have a positive and significant influence on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik.

Keywords: *Brand Image, Taste, Price and Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Persaingan bisnis kini semakin ketat, pada zaman sekarang lagi maraknya bisnis dalam bidang kuliner dengan bermacam-macam sesuai identitas serta kelebihan sendiri-sendiri. salah satu perusahaan yang terlibat dalam persaingan bisnis adalah Mie Gacaoan. terdapat restoran pada Kota Gresik yang menyediakan Mie Pedas yang level pedasnya dipesan sesuai kemauan yang terkenal disebut Mie Gacaoan. Perumusan masalahnya adalah apakah ada pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga secara parsial dan simultan pada Kepuasan Konsumen. Penganalisisan data dengan teknik analisis uji regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil pada penelitian yaitu, *Brand Image* terdapat pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacaoan Gresik. Cita Rasa memiliki pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacaoan Gresik. Harga memiliki pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacaoan Gresik. *Brand Image*, Cita Rasa, dan Harga mempunyai pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacaoan Gresik.

Kata Kunci : *Brand Image, Cita Rasa, Harga, Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Di era modern ini berdampak pada bisnis di Indonesia yang berkembang semakin pesat, terutama pada bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Kemunculan bisnis kuliner ini dikarenakan pola hidup masyarakat yang suka memesan makanan diluar. Bisnis makanan yang berkembang baik salah satunya yaitu olahan mie pedas. Beberapa restoran yang menyajikan mie dengan cita rasa dominan pedas atau mempunyai tingkat kepedasan sesuai level yang diinginkan konsumen, mulai dari tingkat kepedasan rendah hingga tinggi. Diantaranya adalah Kober Mie Setan, Mie setan, Mie Chili, Mie Gobyos dan lainnya.

Olahan mie pedas ini juga ditawarkan oleh Mie Gacoan, Mie Gacoan telah didirikan di beberapa daerah di Indonesia dan Kota Gresik menjadi salah satunya. Kedai yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas ini sangat populer diantara kedai yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas lainnya, Hal itu terlihat dari antrian pengunjung yang tidak pernah sepi. Dengan menyebut namanya konsumen bisa mengetahui bahwa makanan yang ditawarkan adalah makanan yang memiliki cita rasa yang pedas. Sedangkan kata "Gacoan" tidak mencirikan jika makanan yang ditawarkan restoran tersebut memiliki cita rasa pedas. Dalam bahasa Jawa Gacoan berarti jagoan atau andalan. Dengan harapan agar restoran tersebut bisa menjadi restoran yang menyajikan mie terbaik diantara yang sudah ada sebelumnya.

Didalam bisnis kuliner faktor yang sangat penting untuk kepuasan konsumen adalah cita rasa. Dalam memilih makanan konsumen pasti mengutamakan cita rasa, sehingga konsumen akan mendapatkan kepuasan apabila cita rasa makanan sesuai dengan apa yang dihidangkan. Mie Gacoan memiliki perbedaan dibandingkan dengan mie pedas lainnya, perbedaan tersebut terletak pada bentuk dan tekstur mie yang lebih kecil dan tipis, pangsit isi daging ayam dan rasa bumbu mie yang meresap dilidah. Disisi lain harga yang ditawarkan Mie Gacoan lebih mahal dibandingkan dengan restoran yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas lainnya. Meskipun lebih mahal dibanding mie sejenisnya mie Gacoan tidak pernah sepi pengunjung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mencoba melihat adakah keterlibatan *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga dalam penelitian berjudul "Pengaruh *Brand Image*, Cita rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Gresik"

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penggunaan yang dimanfaatkan peneliti pada penelitian ini melalui pendekatan kuantitatif. Pandangan Sujarweni(2015), menjelaskan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang jenisnya bisa mendapatkan wawasan yang dalam mencapainya melalui metode statistic atau secara kuantifikasi lainnya. Sedangkan penelitiannya dengan menggunakan jenis asosiatif, Maksud dilakukan penelitian yaitu agar dapat melihat hubungan serta pengaruh antarvariable dependen dengan independent.

Teknik pengumpulan data

Teknik penggunaan kuesioner dilakukan saat proses mengumpulkan data dalam penyelesaian proses penelitian. Pada penelitian ini akan disebar kuesioner yang telah dibuat kepada responden yang pernah membeli mie gacoan gresik dengan bantuan google form.

Teknik Analisis Data

Penggunaan teknik ketika menganalisis data yaitu dengan melaksanakan, uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji instrumen yang

mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis.

1 Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,302	1,684		-,773	,441
Brand Image	,189	,059	,285	3,221	,002
Cita Rasa	,371	,103	,348	3,607	,001
Harga	,323	,114	,277	2,825	,006

Dari Persamaan diatas dapat disimpulkan :

1. $a = -1302$
Konstanta sebesar -1,302 artinya yaitu jika variabel *Brand Image* (X1), Cita Rasa (X2) dan Harga (X3) bernilai 0/konstan, maka kepuasan konsumen berkurang 1302
2. $b_1 = 0,189$
Koefisien regresi variabel *Brand Image* (X1) dengan nilai 0,189, yang berarti apabila variable X1 bertambah satu satuan maka variabel Y bertambah 0,189, meninggalkan asumsi lain.
3. $b_2 = 0,371$
Koefisien regresi untuk variabel Cita Rasa (X2) adalah 0,371, yang berarti apabila variable X1 bertambah satu satuan, variable Y bertambah sejumlah 0,371, serta asumsi lainnya tetap.
4. $b_3 = 0,323$
Koefisien regresi untuk variabel Harga (X3) adalah 0,323, yang berarti apabila variable X3 bertambah satu satuan, variabel Y bertambah senilai 0,323 dan asumsi lainnya tetap konstan.

3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 ^a	,669	,659	1,356

Sumber : Output SPSS V20 diolah oleh penulis, 2022

Dilihat pada penjelasan table besaran jumlah penilaian koefisien determinan dengan total 0,669 atau 66,9%. Koefisien melihat penilaian tentang besarnya pengaruh *Brand Image* (X1), Cita Rasa (X2) dan Harga (X3) pada Kepuasan Konsumen (Y) di Mie Gacoan Gresik dengan presentase 66,9% dan tersisa 33,1% terpengaruh dari variable lainnya dan tidak ditemukan pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,302	1,684		-,773	,441
1 Brand Image	,189	,059	,285	3,221	,002
Cita Rasa	,371	,103	,348	3,607	,001
Harga	,323	,114	,277	2,825	,006

a. Hipotesis 1 :

Hasil analisis Statistik diperoleh t-hitung pada variabel *Brand Image* lebih banyak dibandingkan t-tabel (3,221 > 1661) yang taraf signifikannya (0,02 < 0,05) Jadi, pada *Brand Image* memiliki pengaruh positive serta signifikan pada Kepuasan Konsumen pada Mie Gacaon Gresik.

b. Hipotesis 2

Hasil analisis Statistik diperoleh t-hitung pada variabel Cita Rasa lebih banyak dibandingkan t-tabel (3,067 > 1661) yang taraf signifikannya (0,01 < 0,05), Jadi, pada Cita Rasa memiliki pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen pada Mie Gacaon Gresik.

c. Hipotesis 3

Hasil analisis Statistik diperoleh t hitung pada variable Harga lebih banyak dibandingkan t-tabel (2,825 > 1661) dengan tingkat signifikan (0,06 < 0,05). Jadi, pada Harga memiliki pengaruh positive serta signifikan pada Kepuasan Konsumen Mie Gacaon Gresik.

1 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	342,717	3	114,239	62,089	,000 ^b
	Residual	169,273	92	1,840		
	Total	511,990	95			

Menganalisis dari hasil statistic didapatkan hasil F hitung dengan jumlah 62.089 > 2,70 serta total signifikasinya 0,000 < 0.05. Jadi, kesimpulannya yaitu adanya pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa, Harga pada Kepuasan konsumen di Mie Gacaon Gresik

Pembahasan

1. Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengujian hipotesis 1 menghasilkan, *Brand Image* mempunyai pengaruh serta nilai signifikannya pada kepuasan konsumen. Hasil juga didukung dengan hasil analisis deskripsi jawaban responden terutama pada indikator reputasi dengan pernyataan “Mie Gacoan adalah merek yang sangat populer”

2. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam menganalisis hasil dibuktikan jika Cita Rasa mempunyai pengaruh positive serta nilai signifikannya pada kepuasan konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan hasil analisis jawaban responden tertinggi pada indikator bau dengan pernyataan “Aroma makanan yang ditawarkan Mie Gacoan mengundang selera”.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Penganalisisan pada penelitian menggambarkan, Harga mempunyai pengaruh positive serta nilai signifikannya pada kepuasan konsumen. Selain itu juga didukung dengan hasil analisis jawaban responden pada indikator kesesuaian harga serta *product quality* dengan pernyataan "Harga yang ditawarkan Mie Gacoan sesuai dengan kualitas yang produk"

4. Pengaruh Brand Image, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Pada pengujian variable dependen terhadap variable independent menghasilkan, dari cara cara simultan menjelaskan *Brand Image*, *Brand Image*, Cita Rasa, Harga mempunyai pengaruh positive serta nilai signifikannya pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Gresik. Hal ini menggambarkan bahwa *Brand Image* Cita Rasa dan Harga memiliki peranan penting dan berhubungan langsung dengan kepuasn konsumen.

Penutup

Kesimpulan

1. *Brand Image* terdapat pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Gresik.
2. Cita Rasa memiliki pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Gresik.
3. Harga memiliki pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Gresik.
4. *Brand Image*, Cita Rasa, dan Harga mempunyai pengaruh positive serta signifikan pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Gresik.

Saran

1. Mie Gacoan perlu menjaga reputasi perusahaan dengan cara menjaga mutu kualitas produk agar tetap berkualitas sehingga meminimalisir adanya kesalahan yang mengakibatkan konsumen beralih ke produk lain yang sejenis,
2. Mie gacoan harus tetap mempertahankan ciri khas aroma tersebut dengan tidak mengubah atau mengurangi bumbu dan bahan yang digunakan agar selera konsumen tidak berubah
3. Sebaiknya mie gacoan menambah kualitas produk dengan memberikan kualitas tambahan seperti topping pada mie atau kemasan produk yang tahan panas.
4. Sebaiknya peneliti selanjutnya lebih memperluas variabel dan dapat mengkaji lebih dalam mengenai *Brand Image*, Cita Rasa, dan Harga pada kepuasan, jadi diharapkan pada penelitian selanjutnya melakukan pengerjaan penelitian dengan lebih baik.

Daftar Pustaka

- Chusniati et al., (2017). "Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Uber Taxi di Surabaya". *Jurnal dinamika Administrasi Bisnis*
- Farisa et al., (2005). "Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono) Indri Farisa, Dra. Awin Mulyati, MM, Dr. IGN. Anom Marutha, MM". *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*
- Ghozali, Iman 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, dan Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. England: Pearson Education

PENGARUH BRAND IMAGE, CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN GRESIK

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	5%
2	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
3	text-id.123dok.com Internet Source	1%
4	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1%
5	library.universitaspertamina.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1%
7	core.ac.uk Internet Source	1%
8	v3.publishing-widyagama.ac.id Internet Source	1%

jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id

9

Internet Source

1 %

10

repository.stieipwija.ac.id

Internet Source

1 %

11

ojs.unm.ac.id

Internet Source

1 %

12

Sri Widiastuti, Rifda Nabila. "How to Expand Repurchase Intention? Intervention Impact of Customer Satisfaction", Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB), 2021

Publication

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off