

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BAKSO SUGIK KECAMATAN SAMBIKEREP SURABAYA

Ayu Wulandari

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ayuw1378@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji analisis pengaruh dari variabel persepsi harga, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dan seluruh konsumen yang datang lebih dari satu kali di Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling, dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 26. Hasil dari nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,542 yang artinya besar pengaruh signifikan Persepsi Harga(X1), Kualitas Layanan(X2), dan Kualitas Produk(X3) terhadap Kepuasan Konsumen(Y) adalah 54,2% sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini adalah Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Persepsi Harga(X1), Kualitas Layanan(X2), dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen(Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study was conducted to examine the analysis of the influence of price perception variables, service quality, and product quality on consumer satisfaction at Bakso Sugik, Sambikerep District, Surabaya. The approach used is a quantitative approach. The population used in this study are consumers who buy products and all consumers who come more than once at Bakso Sugik, Sambikerep District. The sampling technique used is purposive sampling technique, where the technique of determining the sample with certain considerations and obtained a sample of 100 respondents using the SPSS version 26. The results of the coefficient of determination (R^2) show that the value of Adjusted R square is 0,542 which means that the significant influence of price perception, service quality, and product quality on consumer satisfaction is 54,2% while the remaining 45,8% is influenced by other variables that are not researched. The results of this study are the perception price, service quality, and product quality partially positive and significant effect on consumer satisfaction. Price Perception (X1), Service Quality (X2), and Product Quality (X3) simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y) at Bakso Sugik, Sambikerep District, Surabaya.

Keywords: Price Perceptions, Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dizaman sekarang ini perkembangan bisnis sangatlah berkembang pesat. Salah satunya adalah bisnis makanan yang sangat diminati oleh masyarakat. Bisnis dibidang makanan salah satu usaha lapangan dengan banyaknya usaha yang tumbuh dan berkembang. Setiap usaha yang dijalani selalu bersaing dalam mengembangkan inovasi dan merebut pangsa pasar agar lebih unggul dalam menawarkan produk yang mereka buat sebaik mungkin. Oleh karena itu, hal ini mempengaruhi minat beli konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang dibelinya. Setiap pelaku usaha harus peka terhadap perubahan persaingan usaha yang terjadi di lingkungannya dan memiliki kemampuan untuk menarik pembeli agar dapat menjalankan usahanya dengan sukses.

Kota Surabaya dikenal sebagai kota metropolitan memiliki berbagai fasilitas untuk menjadikan suasana semakin nyaman. Surabaya merupakan salah satu kota yang populer dengan bidang kuliner. Berbagai macam jenis kuliner yang ada di Surabaya salah satunya jenis makanan yang banyak disukai oleh konsumen adalah Bakso. Kebutuhan manusia adalah makanan sebagai kebutuhan pokok tetapi bakso sebagai makanan hobi, makanan cemilan dan kuliner. Bakso adalah salah satu favorite makanan Indonesia yang banyak disukai dan diminati oleh orang-orang dimulai dari anak-anak hingga dewasa.

Sebagai pelaku bisnis terutama untuk produk bakso, memberikan harga yang terjangkau, pelayanan yang baik dan maksimal harus di perhatikan dalam setiap rumah makan sehingga membuat

konsumen puas dengan layanan yang baik dan maksimal. Adapun kualitas produk yang disajikan harus bagus dan berkualitas tinggi ini menambah nilai plus dari rumah makan tersebut. Sehingga konsumen puas dengan harga layanan dan kualitas produk yang diberikan. Jika konsumen puas dengan keinginan dan kebutuhan yang diberikan, mereka akan melakukan meningkatkan citra rumah makan sehingga konsumen ingin kembali lagi.

Rumah Makan Bakso Sugik menjadi salah satu obyek penelitian terkait dengan kepuasan konsumen. Bisnis kuliner memiliki respon yang sangat beragam terhadap kepuasan konsumen. Pada dasarnya konsumen yang datang akan suka harga yang terjangkau, produk bagus lalu layanan yang nyaman. Karena kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi salah satu prioritas utama bisnis rumah makan Bakso Sugik.

Rumah Makan Bakso Sugik bertempat di Jln. Raya Bungkal No 21 Sambikerep salah satu bakso terlaris khususnya di Surabaya Barat. Bakso Sugik yang sudah dikenal sejak zaman dahulu memang memiliki daya tarik terhadap konsumen. Rasanya yang terbilang lezat dan harga yang terjangkau membuat konsumen puas dan minat beli terus berkembang pesat. Mengembangkan berbagai macam varian produk terus dilakukan agar konsumen tetap stabil dan berkembang pesat. Menjaga layanan dan kenyamanan pada konsumen selalu diperhatikan agar konsumen selalu puas dalam melakukan pembelian. Rumah Makan Bakso Sugik membuat konsep manajemennya yang berorientasi tujuannya pada harga yang terjangkau untuk semua kalangan, dan kualitas layanan yang memuaskan

konsumen dengan menyediakan makanan lezat, cepat dan nyaman. Kualitas produk juga menjadi bagian terpenting karena untuk menarik konsumen agar produk yang ditawarkan memenuhi selera konsumen.

Berdasarkan hasil survey, konsumen pada Rumah Makan Bakso Sugik ini makin hari makin bertambah, karena masih mempertahankan kualitas produk yang dimiliki. Agar terciptanya kepuasan konsumen muncul tuntutan untuk mengikuti perkembangan usaha dalam menciptakan ide yang dilihat melalui persepsi harga, kualitas layanan dan kualitas produk. Masalah yang dihadapi oleh Rumah Makan Bakso Sugik puaskan pelanggan dengan penawaran dan layanan yang lebih baik dan mampu bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Dalam menjalankan suatu usaha pasti ingin mencapai tujuan yang direncanakan, karena tujuan didirikan suatu usaha agar memperoleh keuntungan dan menjaga kestabilan usahanya. Karena dalam mencapai tujuan bukan hal yang mudah dan harus memegang teguh peran penting untuk memenuhi kepuasan para konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler. P dan Keller. K.L (2016: 27) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Perilaku Konsumen

Rahmawati (2016:33) berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan dasar dari keputusan pembelian konsumen yang melibatkan pemikiran, perenungan, dan pertanyaan tentang barang sebelum mereka membelinya

Persepsi Harga

Menurut Harjati.L,et al (2015) persepsi harga adalah penilaian pelanggan dan bentuk emosional terkait apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga dibandingkan dengan pihak lain wajar, dapat diterima, atau dapat dibenarkan.

Kualitas Layanan

Menurut Harum Al Rasyid (2017: 212) kualitas layanan hasil evaluasi pelanggan atas perbedaan antara kenyataan yang dirasakan dan harapan layanan yang diterima dari penyedia jasa (perusahaan), baik sebagian atau keseluruhnya.

Kualitas Produk

Menurut Umami, Rizal, dan Sumartik (2016: 251) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan fungsi yang mencakup manfaat produk dalam hal kualitas, daya tahan, kegunaan, akurasi, kualitas produk, atau atribut nilai. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam perusahaan karena tanpa produk, perusahaan tidak dapat melakukan bisnis apapun. Pelaku usaha perlu meluncurkan produk dengan kualitas yang baik dan nyaman, konsumen akan membeli produk tersebut ketika dirasa cocok, kemudian produk tersebut perlu disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, agar pemasaran produk berhasil.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diperkirakan dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Ketika kinerja memenuhi harapan, konsumen senang. Ketika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas/senang. Kepuasan konsumen adalah salah satu hal terpenting dalam bisnis untuk keberhasilan suatu perusahaan. Dalam memenuhi kepuasan konsumen harus mengetahui kebutuhan dan keinginan yang diinginkan konsumen agar konsumen merasa puas.

HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H1: Persepsi harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.
2. H2: Kualitas layanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.
3. H3: Kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.
4. H4: Persepsi harga (X1), kualitas layanan (X2), dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Informasi pada penelitian ini yang diambil yaitu yang berkaitan dengan persepsi harga, kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya. Didalam penelitian ini memakai penelitian causal yang menjadi populasinya ialah konsumen di Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan jawaban diberikan menggunakan skala likert lima. Cara pengambilan sampel menggunakan metode non-random sampling dengan metode purposive sampling. Alat analisis regresi linier berganda yang digunakan

Tempat Dan Waktu Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sambikerep pada bulan April 2022 sampai Mei 2022. Subyek dalam penelitian ini, konsumen yang akan membeli produk pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya yang berlokasi di Jl. Raya Bungkal No 21, Kec.Sambikerep, Kota Surabaya.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung berupa angka atau bilangan. Sumber data yang dihasilkan berupa sumber primer yaitu sumber data yang secara langsung menyediakan data untuk pengumpulan data.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini umumnya meliputi konsumen yang membeli produk dari Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya. Sedangkan populasi sasaran adalah seluruh konsumen yang datang lebih dari satu kali di Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya, dimana jumlah tidak diketahui dengan pasti. Sampel digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	X1.1	0,605	0,3610	Valid
	X1.2	0,672	0,3610	Valid
	X1.3	0,739	0,3610	Valid
	X1.4	0,642	0,3610	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,599	0,3610	Valid
	X2.2	0,674	0,3610	Valid
	X2.3	0,677	0,3610	Valid
	X2.4	0,707	0,3610	Valid
	X2.5	0,807	0,3610	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,556	0,3610	Valid
	X3.2	0,641	0,3610	Valid
	X3.3	0,697	0,3610	Valid
	X3.4	0,697	0,3610	Valid
	X3.5	0,369	0,3610	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,601	0,3610	Valid
	Y.2	0,733	0,3610	Valid
	Y.3	0,735	0,3610	Valid
	Y.4	0,765	0,3610	Valid

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa, untuk hasil penelitian pengujian validitas dari r hitung > r tabel (0,361) semua variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan valid.

Hasil Penelitian Uji Reliabilitas

Dari hasil dibawah ini menunjukkan bahwa untuk hasil penelitian pengujian

reliabilitas semua pernyataan indikator dari variabel persepsi harga, kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan reliabel dikarenakan nilai dari Cronbach Alpha semuanya lebih besar dari Alpha 0,6.

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Kesimpulan
Persepsi Harga(X1)	0,834	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,864	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,800	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,860	0,6	Reliabel

Hasil Penelitian Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62484100
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.071
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari tabel diatas menunjukkan hasil pengujian one sampel Kolmogorov smirnov (KS), dapat dilihat bahwa residual memiliki distribusi normal karena memiliki Asymp. Sig (0,88) lebih besar dari $\alpha = 5\%$ (0,05) yang berarti residual berdistribusi normal.

Hasil Penelitian Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.226	1.583
	Persepsi Harga	.248	.084
	Kualitas Layanan	.303	.101
	Kualitas Produk	.260	.116

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = 1,226 + 0,248X_1 + 0,303X_2 + 0,260X_3$$

Dari hasil penelitian analisis regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa dari kuesioner yang diberikan kepada responden menunjukkan untuk variabel persepsi harga, kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.

Hasil Penelitian Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.542	1.650

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai R² (Adjusted R Square) sebesar 0,542 yang artinya besar pengaruh signifikan persepsi harga(X1), kualitas layanan(X2) dan kualitas produk(X3) terhadap kepuasan konsumen(Y) adalah 54,2 persen, sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi dari beberapa variabel lainnya yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

1. Hasil Penelitian Uji Simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327.139	3	109.046	40.052	.000 ^b
	Residual	261.371	96	2.723		
	Total	588.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Menunjukkan bahwa diperoleh nilai Fhitung sebesar 40.052 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan untuk persepsi harga(X1), kualitas produk(X2) dan kompensasi(X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan(Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.

2. Hasil Penelitian Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.226	1.583		.775	.440
	Persepsi Harga	.248	.084	.218	2.960	.004
	Kualitas Layanan	.303	.101	.380	3.015	.003
	Kualitas Produk	.280	.118	.280	2.243	.027

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pembahasan dari uji t:

1. Untuk hasil uji t didapatkan t_{hitung} persepsi harga 2,960 juga untuk nilai koefisien (Standardized Coefficient) didapat hasil positif sebesar 0,218 dan signifikan sebesar $0.004 < 0,05$.
2. Untuk hasil uji t didapatkan t_{hitung} kualitas layanan 3,015 juga untuk nilai koefisien (Standardized Coefficient) didapat hasil positif sebesar 0,380 dan signifikan sebesar $0.003 < 0,05$.
3. Untuk hasil uji t didapatkan t_{hitung} kualitas produk 2,243 juga untuk nilai koefisien (Standardized Coefficient) didapat hasil positif sebesar 0,280 dan signifikan sebesar $0.027 < 0,05$.
4. Didapatkan hasil uji F pada nilai f_{hitung} 40,052 dengan hasil nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Disimpulkan bahwa untuk persepsi harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.
2. Disimpulkan bahwa untuk kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.
3. Disimpulkan bahwa untuk kualitas produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.
4. Disimpulkan bahwa persepsi harga (X1), kualitas layanan (X2) dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya.

Saran

1. Dari hasil yang didapatkan oleh karna itu kepada pihak Bakso Sugik diharapkan untuk selalu memperhatikan atau mengurangi masalah-masalah kecil yang timbul dari ketiga faktor tersebut. Sehingga mampu menentukan kepuasan konsumen yang berkunjung di rumah makan Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya, jika dari ketiga variabel tersebut tidak diperhatikan oleh pihak perusahaan maka akan berdampak pada pertimbangan konsumen yang akan beralih ke rumah makan lainnya.

2. Dari hasil penelitian ini masih terdapat beberapa faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perusahaan yang belum dicantumkan. Disarankan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang kepuasan konsumen untuk menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen yang tidak disebutkan atau belum ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Donni Juni Priansah. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Alfabeta. Bandung.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(2015). 64–74
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.