

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka

Asmaemunah^{1*}, Aris Ariyanto²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article history: Received (1-08-2024) Revised (7-08-2024) Accepted (01-09-2024)</p> <p>Keywords: Product Quality, Price, Consumer Satisfaction</p>	<p>This research aims to find out how much influence product quality and price have on consumer satisfaction at the Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka restaurant. The method used is a quantitative method with an associative approach. The population in this study were all consumers at the Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka Restaurant. The sample collection technique used the ancient rao formula which was obtained by a sample of 96 consumers. This research uses a questionnaire as a data collection tool. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The research results show the value of $t_{count} > t_{table}$ ($11.904 > 1.985$) with a significance level of ($0.000 < 0.050$) which means product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The value of $t_{count} > t_{table}$ ($17.296 > 1.985$) with a significance level of ($0.000 < 0.050$) which means that price has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Apart from that, product quality and price simultaneously influence consumer satisfaction. This is known based on the value of $F_{count} > F_{table}$ ($161.008 > 3.94$) with a significance level of ($0.000 < 0.050$). With the multiple linear regression equation $Y=4.249+0.191X_1+0.735X_2$.</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Teknik pengumpulan sampel menggunakan rumus rao purba yang diperoleh sampel sebanyak 96 konsumen. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai thitung $>$ ttabel ($11,904 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,050$) yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai thitung $>$ ttabel ($17,296 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,050$) yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diketahui berdasarkan nilai Fhitung $>$ Ftabel ($161,008 > 3,94$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,050$). Dengan persamaan regresi linier berganda $Y= 4,249 + 0,191X_1+0,735X_2$.</p>



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

1. PENDAHULUAN

Restoran adalah suatu jenis usaha yang menyajikan makanan dan minuman sekaligus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen atau pelanggan. Banyaknya Persaingan antar produk semakin meningkat, sehingga perlu menjaga kenyamanan atau kepuasan konsumen menjadi lebih penting. Oleh karena itu, setiap para pemilik restoran harus inovatif dan kreatif dalam setiap rasa yang dihidangkan untuk menarik perhatian konsumen dan menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Selain harus kreatif dalam mengembangkan suatu usaha terutama restoran, memu|ask|an kebutuh|an

*Corresponding author.
E-mail: 55asamemunah@gmail.com

konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap produk dan harga yang sesuai, cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka adalah salah satu restoran yang menyajikan berbagai pilihan menu ramen yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia saat ini. Dengan banyaknya restoran yang menawarkan menu serupa, Menya Musashi Bukotsu menghadapi persaingan yang ketat. Oleh karena itu, penting untuk mengavaluasi penilaian konsumen terhadap ramen yang disajikan guna memahami tingkat kepuasan mereka. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap citra Restoran Menya Musashi Bukotsu, memungkinkan restoran ini untuk terus berkembang dan tetap diingat oleh konsumen.

Konsumen merupakan faktor utama yang mendorong kesuksesan dan pertumbuhan suatu bisnis. Kepuasan konsumen menjadi kunci pertama dalam kesuksesan bisnis, meskipun restoran tidak dapat langsung mengendalikan tingkat kepuasan konsumen, mereka dapat melihatnya melalui evaluasi konsumen terhadap berbagai aspek produk yang ditawarkan. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, keputusan tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk keputusan terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh restoran.

Kepuasan konsumen menjadi sebuah parameter paling penting dalam sebuah bisnis sehingga dapat terus berkelanjutan. Kepuasan konsumen sebagian besar didasarkan pada upaya perusahaan untuk memenuhi dan melampaui harapan konsumen, serta ketepatan pengiriman (Indrasari, 2019 dalam Hadiwijaya & Khalid, 2022:124). Semakin baik kualitas suatu bisnis, maka konsumen pun akan sangat merasa puas karena sesuai dengan harapan. Maka dari itu jumlah konsumen setiap tahunnya dapat menjadi salah satu penilaian perusahaan mengenai kepuasan konsumen.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Wendy, 2020 dalam Saviera et al., 2023:18). Kualitas produk tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, ketika kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen, tentunya menghasilkan kepuasan konsumen yang baik. Kinerja produk atau jasa secara langsung dipengaruhi oleh kualitasnya (Wijaya, 2018 dalam Hadiwijaya & Khalid 2022:125). Kualitas produk yang baik memiliki dampak positif dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Ketika konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang mereka beli, mereka cenderung menjadi pelanggan setia yang akan melakukan pembelian di masa depan. Ini dapat menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen, serta menyebabkan pertumbuhan dan kesuksesan bisnis. Kualitas produk yang baik juga dapat mempengaruhi *word-of-mouth*, yaitu penyebaran informasi positif tentang produk atau merek dari mulut ke mulut. Dengan adanya rekomendasi dari konsumen yang puas, perusahaan dapat menarik lebih banyak konsumen baru dan memperluas pangsa pasar mereka.

Salah satu elemen kunci yang mendorong pengembangan kepuasan selain kualitas produk adalah harga. Harga juga menjadi faktor penting dalam pengalaman konsumen. Restoran Menya Musashi Bukotsu harus menetapkan harga yang wajar mengingat kualitas produk yang mereka tawarkan. Jika harga dianggap terlalu tinggi oleh konsumen, mereka mungkin memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap kualitas pada produk tersebut. Sebaliknya, jika harga dirasakan terlalu rendah, konsumen mungkin meragukan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi suatu bisnis untuk menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penurunan penjualan, tetapi jika harga terlalu rendah maka keuntungan akan berkurang (Darojat, 2020 dalam Yulianti & Sugianingrat, 2023:673). Harga juga mencerminkan dimensi kualitas dan kelebihan produk yang ditawarkan. Konsumen mungkin lebih condong untuk membayar harga yang lebih tinggi jika produk memiliki fitur unggulan, keandalan, keamanan, atau layanan pelanggan yang baik. Dalam hal ini, harga yang tinggi dapat dianggap sebagai investasi untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik dan pengalaman yang memuaskan.

Restoran yang ingin berkembang dan menjadi pilihan konsumen untuk terus mengunjungi restoran tersebut serta ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, serta harga yang terbaik untuk konsumen yang sangat berkesan bagi mereka. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai harga yang dibayarkan oleh mereka, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Dengan demikian pengelola restoran mendapat masukan yang berguna untuk meningkatkan kembali kualitas restoran tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan harga terhadap kepuasan konsumen, dan pengaruh kualitas produk dan harga, secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepuasan Konsumen

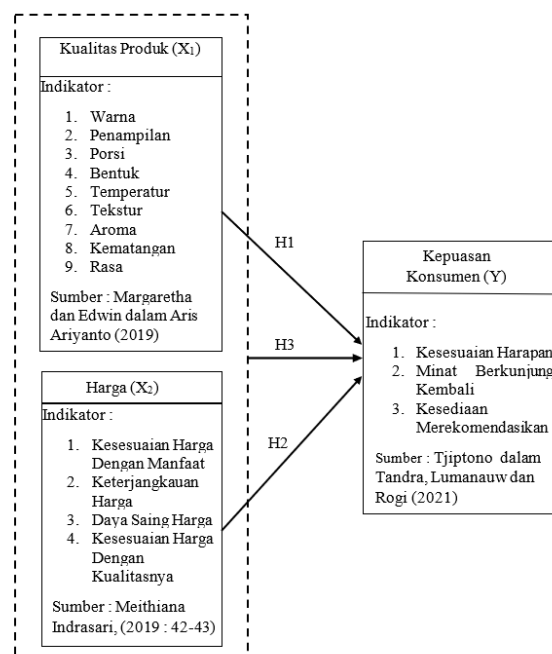
Menurut Kotler dan Keller (2016:153) “Kepuasan Konsumen adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.” Menurut Peter dan Olson (2016:184) “Kepuasan Konsumen adalah sebuah konsep dimana yang paling menentukan adalah pemikiran pemasaran dan riset konsumen.” Menurut Tjiptono (2016:146) “Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.”

Kualitas Produk

Menurut Assauri (2018:45) “Kualitas Produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.” Menurut Maramis dkk (2018:18) “Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.” Menurut Kotler dan Armstrong (2017:299) “Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, nilai-nilai yang lainnya.”

Harga

Menurut Sunyoto (2020:130) “Harga adalah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk.” Menurut Fure, (2015:276) “harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan dalam memperoleh sesuatu produk.” Menurut Kotler & Armstrong (2018:308) “Harga adalah pengeluaran sejumlah uang pelanggan guna mendapat pemaikan atau manfaat atau kepemilikan dari suatu barang atau pelayanan.”



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menyaku Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka
- H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menyaku Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka

H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menyaku Musashi Mall Kota Kasablanka

3. METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:13) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di Restoran Menyaku Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka yang beralamat di Jl. Raya Casablanca No. 88, RT.4/RW.14, Kelurahan. Menteng Dalam, Kecamatan. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12960. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Konsumen Restoran Menyaku Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Berdasarkan rumus Rao Purba maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 responden. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian, yaitu konsumen Menyaku Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Teknik analisis data dengan Regresi Linier Berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Produk (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.354	2.243		4.617	.000
	Kualitas Produk	.715	.060	.775	11.904	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, diketahui nilai constant (a) sebesar 10,354, sedangkan nilai kualitas produk (b/koeffisien regresi) sebesar 0,715, sehingga dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 10,354 + 0,715X_1$. Dari persamaan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Nilai konstanta sebesar 10,354 diartikan nilai konsisten variable partisipasi adalah sebesar 10,354. Nilai koeffisien regresi kualitas produk (X₁) sebesar 0,715 diartikan bahwa setiap perubahan 1% nilai kualitas produk, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,715. Koeffisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X₁ terhadap Y adalah positif. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 <0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X₁) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.223	1.843		2.834	.006
	Harga	.908	.053	.872	17.296	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, diketahui nilai constant (a) sebesar 5,223, sedangkan nilai harga (b/koeffisien regresi) sebesar 0,908, sehingga dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 5,223 + 0,908X_2$. Dari persamaan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Nilai konstanta sebesar 5,223 diartikan nilai konsisten variable partisipasi adalah sebesar 5,223. Nilai koeffisien regresi harga (X₂) sebesar 0,908 diartikan bahwa setiap perubahan 1% nilai kualitas produk, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,908. Koeffisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X₂ terhadap Y adalah positif. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 <0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X₂) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Produk (X₁) Dan Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.249	1.836		2.315	.023
	Kualitas Produk	.191	.076	.207	2.496	.014
	Harga	.735	.086	.706	8.515	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel coefficients pada kolom unstandardized dalam kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta) sebesar 4,249 untuk nilai koefisien regresi kualitas produk (X₁) sebesar 0,191 dan nilai koefisien regresi harga (X₂) sebesar 0,735. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini.

Adapun model regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,249 + 0,191X_1 + 0,735X_2$$

Adapun interpretasinya dari persamaan tersebut sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 4,249 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X₁) dan harga (X₂) memiliki nilai (0) nol, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 4,249.
- Pada saat variabel kualitas produk (X₁) terjadi peningkatan atau penurunan 1 persen, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,191.
- Pada saat variabel harga (X₂) terjadi peningkatan atau penurunan 1 persen, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,735.
- Untuk regresi berganda, angka korelasi kualitas produk sebesar 0,191 dan angka korelasi harga sebesar 0,735 adalah hasil yang didapat pada kolom *standardized coefficients* (Beta).

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Produk (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,775 dimana berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi tersebut berada pada interval 0,600-0,799 yang artinya tingkat hubungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen termasuk pada tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Kepuasan Konsumen	Harga
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Harga	Pearson Correlation	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,872 dimana berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi tersebut berada pada interval 0,800-1,000 yang artinya tingkat hubungan Harga terhadap kepuasan konsumen termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Produk (X₁) Dan Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.771	4.248

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

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,881 dimana berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi tersebut berada pada interval 0,800-1,000 yang artinya tingkat hubungan kualitas produk dan Harga terhadap kepuasan konsumen termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan, dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk (X₁) dan Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.597	5.637

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,601 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 60,1 % sedangkan sisanya sebesar $(100-60,1) = 39,9$ % dipengaruhi faktor lain.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.758	4.365

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,761 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 76,1 % sedangkan sisanya sebesar $(100-76,1) = 23,9$ % dipengaruhi faktor lain.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.771	4.248

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

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,776 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 77,6% sedangkan sisanya sebesar $(100-77,6) = 22,4\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan cara membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel yaitu dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Kualitas Produk (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.354	2.243		4.617	.000
	Kualitas Produk	.715	.060	.775	11.904	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,904 > 1,985) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi <0,05 atau (0,000<0,05). Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Variabel Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.223	1.843		2.834	.006
	Harga	.908	.053	.872	17.296	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (17,296 > 1,985) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi <0,05 atau (0,000<0,05). Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5812.089	2	2906.045	161.008	.000 ^b
	Residual	1678.567	93	18.049		
	Total	7490.656	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung $>$ t tabel atau (161,008 $>$ 3,94) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $<$ 0,05 atau (0,000 $<$ 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pembahasan penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran akan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 10,354 + 0,715X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,775 artinya kedua variabel mempunyai hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,601 atau sebesar 60,1% sedangkan sisanya sebesar 39,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau (11,904 $>$ 1,985). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat Pengaruh yang Signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka.. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Aris Ariyanto, Anisah, Umi Narimawati (2022), yang hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, terbukti jika terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka.

Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pembahasan penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran akan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 5,223 + 0,908X_2$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,872 artinya kedua variabel mempunyai hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,761 atau sebesar 76,1% sedangkan sisanya sebesar 23,9 % dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau (17,296 $>$ 1,985). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat Pengaruh yang Signifikan antara Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka.. Penelitian ini sejalan dengan Penelitian Aldi An Nurfalah, Surti Zahra, Mohamad Bayi Tabrani (2020), yang hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, terbukti jika terdapat pengaruh secara parsial Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka.

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pembahasan penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran akan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 4,249 + 0,191X_1 + 0,735X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,881 artinya memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 0,776 atau sebesar 77,6%, sedangkan sisanya sebesar 22,4 % dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh dari Fhitung $>$ Ftabel atau (161,008 $>$ 3,94). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat Pengaruh yang Signifikan secara simultan antara Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Penelitian ini sejalan dengan Penelitian Rissa Aprita Nur Maharani, Iskandar Ali Alam (2022), yang hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, terbukti jika terdapat pengaruh secara Simultan Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka.

5. PENUTUP

Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung $>$ t tabel (11,904 $>$ 1,985). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan pertimbangan penting bagi konsumen dalam membeli produk, terutama di bisnis kuliner di mana rasa adalah faktor utama dalam memenuhi kepuasan konsumen. Jika rasa produk mampu memenuhi harapan konsumen, mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang. Harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Berdasarkan uji t

diperoleh t hitung $> t$ tabel ($17,296 > 1,985$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk, tentunya konsumen akan membeli produk sesuai dengan kemampuan membelinya. Kualitas Produk dan Harga secara Simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menyaji Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. Berdasarkan hasil uji f diperoleh F hitung $> F$ tabel atau ($161,008 > 3,94$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan melakukan pembelian jika produk tersebut dapat memenuhi kepuasan konsumen. Konsumen tentunya akan membeli produk jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A. (2019). "Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cireng Moncrot Cv Good Food-Tangerang." *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol 1 (3), Hal 1-15.
- Ariyanto, A., Anisah, A., & Narimawati, U. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci." *Journal Of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, Vol 5 (1), Hal 371-381.
- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang)." *Ekonomis: Journal Of Economics and Business*, Vol 6 (2), Hal 668-678.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah." *EKOMABIS : Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Vol 1(1), Hal 1-14.
- Buchari, A. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Christian, A. R., & Sulistiyani, T. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: UAD PRESS.
- Daga R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institue (Global RCI).
- Dewi, N. K. A. S., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Café Baturiti Tabanan Bali." *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol 1 (2), Hal 717-728.
- Firmansyah, M. A., dan Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fure dkk, (2015). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumendi JCO Manado." *Jurnal EMBA*, Vol 3(1), Hal 367-377.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Mutivariante Dengan Program SPSS Edisi Kelima*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Mutivariante Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*. Semarang: Undip.
- Hadiwijaya, T. & Khalid, J. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hours Coffe And More Jakarta." *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, Vol 1 (2), Hal 123-138.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi revisi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indrasari M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istijanto. (2014). *Aplikasi Praktis Riset*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, & Keller, K. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P& Armstrong, G (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi kedua belas, Jilid satu*, Jakarta: Erlangga.

- Krisnandi, H., Efendi, S., & Edi Sugiono. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta Selatan: LPU-UNAS.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe ko.we.cok di Solo." *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, Vol 6 (1), Hal 1-13.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa." *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 2 (2), Hal 115-129.
- Maharani, R. A. N., & Alam, I. A. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin." *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, Vol 1 (4), Hal 235-242.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Alfabeta. Page 171.
- Malholtra, Naresh. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education: England.
- Maramis, F.S., Sepang, J. L., dan 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*. Vol 6(3) Hal 1658-1667.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember." *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, Vol 13 (1) Hal 26-29.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink R. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Atalya Rileni Sudeco.
- Nurfalah, AA, Zahra, S., & Tabrani, MB. (2022). "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen : Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten." *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, Vol 13 (2), Hal 313-318.
- Nurhasna, F. N., Dewi, R, S., & Purbawati, D. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 11 (4), Hal 750-757.
- Saviera, A. Z. E., Sutapa, I. K., & Dewi, D. M. P. (2023). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Restoran BBCO di Hotel Jw Marriott Bangkok." *Journal Of Tourism and Interdisciplinary Studies*, Vol 3 (1), Hal 18-27.
- Selvia, M. (2022). "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 10 (4), Hal 320-330.
- Skawanti, J. R., & Suhendar, R. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor." *Jurnal Industri Pariwisata*, Vol 5(1), Hal 111-121.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung:Alfabeta.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51..
- Tandra, M.M., Lumanauw, B., & Rogi, M. H. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Era New Normal Pada Starbucks Manado Town Square." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 9 (4), Hal 176-184.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 7 (1), Hal 891-900.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Yulianti, N. K. A., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2023). "Dampak Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan." *Widya Amrita : Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol 3 (4), Hal 672-686.