

KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI KOPI PRAJA, BINTARO TANGERANG SELATAN

Andhalia Liza Marie^{1*}, Tri Djoko Sulisty², Heny Ratnaningtyas³, Mila Monita⁴

^{1,4}D4 Pengelolaan Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

^{2,3}S1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Email korespondensi: andhalia@stptrisakti.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian untuk mengetahui kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Praja, Bintaro, Tangerang Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan menggunakan *software* SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Praja, Bintaro, Tangerang Selatan. Jumlah sampel sebesar 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data didapat dari penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pihak Kopi Praja diharapkan Saran dalam penelitian ini untuk pihak Kopi Praja, Bintaro, Tangerang adalah mengoptimalkan dan meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan produk-produk baru yang *inovative*, kemudian melakukan *pricing strategy* yang kompetitif agar konsumen tetap merasa puas dengan penawaran harga yang terjangkau yang diikuti dengan kualitas produk yang tinggi dan baik, sehingga konsumen tidak beralih ke pihak kompetitor.

Kata kunci: Kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Saat konsumen membeli produk kemudian mengkonsumsi produk tersebut dan merasa puas karena produk tersebut memiliki kualitas yang terbaik (Bilgies, 2016). Konsumen membutuhkan dan menginginkan sebuah produk akan terpenuhi apabila produsen menciptakan sebuah produk yang berkualitas baik dan tinggi (Irawan & Japarianto, 2013).

Harga yang terjangkau dan mudah dibeli oleh konsumen juga sebagai faktor yang menentukan kepuasan konsumen (Maulana, 2016). Keputusan konsumen untuk membeli produk kemudian menggunakannya dilihat dari harga produk tersebut sesuai dengan manfaat

dan kegunaan yang dirasakan oleh konsumen. Tiga dimensi yang dimiliki harga meliputi harga yang terjangkau dan potongan harga serta cara melakukan pembayaran (Agustina et al, 2019). Apabila produk memiliki kualitas yang baik kemudian produk juga memiliki harga yang bersaing, hal tersebut akan mempengaruhi konsumen akan kepercayaannya membeli produk karena kepuasan konsumen atas konsumsi suatu produk (Lina, 2018).

Minuman dan makanan yang disajikan di restoran dengan baik dan benar akan menarik perhatian konsumen dan memiliki peran yang besar dalam pertumbuhan dalam usaha kuliner.

Industri kuliner sangat berkaitan dengan dunia pariwisata, karena berhubungan dengan kegiatan restoran yaitu penyediaan makanan dan minuman yang sangat dibutuhkan untuk para wisatawan. Produk makanan dan produk minuman sangat baik keunggulannya dalam volume penjualannya. Produk minuman yang sekarang sangat unggul adalah produk minuman kopi (Pramelani, 2020).

Saat ini bisnis kedai kopi sedang mengalami pertumbuhan yang pesat, banyak para pebisnis kedai kopi yang meningkatkan usahanya untuk menjadi yang paling berkembang dan maju. Usaha kedai kopi bisa menghasilkan keuntungan yang luar biasa apabila dapat mengerti dan memahami kopi secara keseluruhan, ini yang menjadi faktor bagi wirausaha muda untuk membuka usaha kemudian mengembangkannya. Banyaknya usaha kedai kopi yang bermunculan, berdampak semakin ketatnya persaingan sehingga untuk memenangkan persaingan di usaha kedai kopi ini diperlukan cara yang inovatif untuk dapat bersaing (Rasmikayati et al, 2020).

Kopi Praja di Pondok Aren, Bintaro saat ini sedang mengembangkan usahanya. Dengan memperhatikan kualitas produk, apakah konsumen Kopi Praja di Pondok Aren, Bintaro merasa puas menikmati secangkir kopi dan memutuskan untuk berkunjung kembali.

Jika diamati dari segi harga, secangkir kopi di Kopi Praja ini berkisar Rp 15.000,- sampai dengan Rp 40.000,-, dan harga untuk produk makanan berkisar Rp 25.000,- sampai dengan Rp 60.000,-. Dengan memperhatikan harga yang terjangkau dan standar, apakah konsumen Kopi Praja di Pondok Aren, Bintaro merasa puas sesuai dengan harapan konsumen dan memutuskan untuk berkunjung kembali

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Produk memberikan kinerja atau hasil sesuai atau melebihi harapan konsumen, produk yang berkualitas baik akan dipilih oleh konsumen karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya sehingga konsumen dapat puas dan tidak kecewa terhadap produk tersebut (Kotler & Armstrong (2016).

Kualitas produk memiliki dimensi terdiri dari delapan dimensi, yaitu: (1) Kinerja yaitu suatu produk yang memiliki; (2) Fitur yaitu produk memiliki pelengkap atau karakteristik pendukung; (3) Keandalan yaitu kerjasama sebuah produk untuk memuaskan konsumen pada kondisi dan waktu tertentu; (4) Ketahanan yaitu daya tahan produk yang digunakan; (5) Kesan yaitu kesan konsumen pada saat mengkonsumsi sebuah produk; (6) Estetika yaitu berhubungan dengan bentuk, suara, bau, rasa suatu produk, (7) Kesesuaian yaitu operasi dan karakteristik desain sesuai dengan standar; (8) Kemampuan yaitu produk mampu untuk memperbaiki kualitasnya (Garvin, 2016).

Harga

Pengeluaran uang yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, dimana konsumen mendapatkan manfaat atau penggunaan atas produk (Kotler & Armstrong (2016). Harga memiliki 4 dimensi, yaitu: (1) Harga terjangkau, konsumen akan mendapatkan sebuah produk apabila produk memiliki harga yang terjangkau; (2) Kualitas produk sesuai harga, konsumen membeli suatu produk apabila produk memiliki kualitas baik dan tinggi; (3) Harga sesuai dengan manfaat yang besar atas penggunaan produk, konsumen tidak akan kecewa apabila membeli produk sesuai dengan manfaatnya; (4) Harga sesuai dengan daya saing produk, produk yang diciptakan oleh produsen akan bersaing dengan produk yang diciptakan oleh produsen

pesaing lainnya (Kotler & Amstrong (2016).

Kepuasan Konsumen

Ungkapan perasaan kecewa atau senang seorang konsumen dapat terlihat, ketika membandingkan antara produk yang berkinerja baik sesuai dengan harapan atas kinerja yang diterima (Kotler & Keller, 2016). Indikator kepuasan konsumen meliputi: (1) Harapan yang sesuai antara kinerja produk dengan manfaat yang diterima oleh konsumen; (2) Keputusan untuk berkunjung kembali, dimana konsumen bersedia untuk melakukan pembelian produk secara berulang atas jasa atau produk atau berkunjung kembali ke tempat penjualan produk; (3) Merekomendasikan: kepada keluarga atau teman (Tjiptono, 2015).

Variabel	r hitung	r tabel	Status
X1.8	0,395	0,1654	Valid
X1.9	0,449	0,1654	Valid
X1.10	0,511	0,1654	Valid
X1.11	0,574	0,1654	Valid
X1.12	0,497	0,1654	Valid
X2.1	0,822	0,1654	Valid
X2.2	0,818	0,1654	Valid
X2.3	0,860	0,1654	Valid
X2.4	0,784	0,1654	Valid
X2.5	0,768	0,1654	Valid
X2.6	0,684	0,1654	Valid
X2.7	0,763	0,1654	Valid
Y1	0,724	0,1654	Valid
Y2	0,711	0,1654	Valid
Y3	0,822	0,1654	Valid
Y4	0,741	0,1654	Valid
Y5	0,818	0,1654	Valid
Y6	0,771	0,1654	Valid

Sumber: Data diolah (2021)

METODE PENELITIAN

Metode analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Praja, Bintaro, Tangerang Selatan, sedangkan jumlah sampel adalah 100 orang. Metode *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sampel, dengan syarat yaitu: (1) konsumen sudah pernah datang dan mengkonsumsi produk di Kopi Praja, Bintaro, Tangerang minimal satu kali, (2) periode kedatangannya maximal dalam tiga bulan terakhir. Pengambilan data didapat dari penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*.

Hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa *item* pernyataan dari semua variabel memiliki r-hitung > r-tabel (0,1654) adalah valid artinya bahwa pertanyaan yang disebarkan kepada responden dapat dipahami dan dimengerti oleh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Status
X1.1	0,528	0,1654	Valid
X1.2	0,607	0,1654	Valid
X1.3	0,448	0,1654	Valid
X1.4	0,372	0,1654	Valid
X1.5	0,458	0,1654	Valid
X1.6	0,562	0,1654	Valid
X1.7	0,488	0,1654	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)	.902	Reliabel
Harga (X2)	.895	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	.856	Reliabel

Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji realibilitas diatas, bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60, dapat disimpulkan seluruh *item* pernyataan pada pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.747 ^a	.557	.548	2.567

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.557. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk dan harga memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 55,7% sedangkan sisanya yaitu 44,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.378	2.283		.165	.869
Kualitas Produk	.260	.068	.383	3.819	.000
Harga	.373	.090	.417	4.154	.000

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji t, nilai signifikansi variabel kualitas produk dan harga adalah 0,00 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Praja, Bintaro Tangerang Selatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yafie, et al (2016), Rachmat & Deni (2020) dan Nugroho, et al (2020) menunjukkan kualitas yang semakin baik dan tinggi dimiliki oleh sebuah produk, maka konsumen akan merasakan puas menikmati atau menggunakan sebuah produk, apabila kualitas, apabila kualitas yang semakin buruk dan rendah dimiliki oleh sebuah produk, maka konsumen akan merasakan kecewa menikmati atau menggunakan sebuah produk. Hal ini

akan membuat produsen untuk menciptakan sebuah produk yang lebih baik dan tinggi agar dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga produsen pun akan mendapatkan profit atas usahanya.

Dalam penelitian ini harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Praja, Bintaro Tangerang Selatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Savitri & Wardana (2018), Gofur (2019) dan Wijaya, (2017) menunjukkan Kepuasan memiliki sesuatu yang tersendiri karena konsumen merasakan produk yang dikonsumsi atau digunakan sesuai dengan harga dan manfaat yang didapatkan. Harga yang sesuai harapan dan semakin terjangkau dan sesuai harapan konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan harga secara parsial secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi variabel kualitas produk dan harga lebih kecil dari 0,05. Saran dalam penelitian ini untuk pihak Kopi Praja, Bintaro, Tangerang adalah: (1) Mengoptimalkan dan meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan produk-produk baru yang *inovative*, agar konsumen merasa puas kebutuhannya terpenuhi sehingga konsumen ingin berkunjung kembali ke Kopi Praja; (2) Melakukan *pricing strategy* yang kompetitif agar konsumen tetap merasa puas dengan penawaran harga yang terjangkau yang diikuti dengan kualitas produk yang tinggi dan baik, sehingga konsumen tidak beralih ke pihak kompetitor.

Kemudian untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan dan mengembangkan penelitian dengan variabel-variabel lain yang mempengaruhi

kepuasan konsumen sehingga penelitian selanjutnya memiliki hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen Maker*, 5(1): 38-49.
- Bilgies, A. F. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *EkoNiKa*, 1(1): 78-90.
- Garvin, D. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1): 37-44.
- Irawan, D., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2): 1-8.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Lina, R. (2018). Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 1(1): 91-100.
- Pramelani. (2020). Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1): 121-129.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2): 113-125.
- Nugroho, E., Heribertus, B., & Safi, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri Universitas Kadiri*, 2(2): 106-117.
- Rachmat, G., & Deni, A. (2020). Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 60-72.
- Rasmikayati, E., Afriyanti, S., & Saefudin, B. R. (2020). Keragaan, Potensi Dan Kendala Pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinangor (Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works). *Agritekh (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan)*, 1(1): 26-45.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10): 5748-5782.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA*, 5(1): 1-8.
- Yafie, A., Suharyono, S., & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studia pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 35(2): 11-19.