

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Melya Puri

Nurdin dan Tedi Rusman

Pendidikan Ekonomi P.IPSFKIPUnila

Jalan Prof. Dr.Soemantri Brojonegoro No. 01 BandarLampung

This study was aimed to find out the influence of product quality, price, and service quality on consumer perception. The method used was verificative descriptive using ex post facto approach and survey. The populations in this research were the consumers of RM. Provita Bandar Lampung and 96 samples from consumers were determined by the Slovin formula. Sampling method used was non probability sampling by using convenience sampling technique. The hypothesis testing used was simple linear regression and multiple linear regression. The result showed that (1) there was an influence of product quality on consumer perception, (2) there was an influence of price on consumer perception, (3) there was an influence of service quality on consumer perception, (5) there was an influence of product quality, price, and service quality on consumer perception.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan survey. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen RM. Provita Bandar Lampung dan sampel 96 konsumen yang ditentukan dengan rumus *slovin*. Metode penetapan sampel yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier multipel. Hasil analisis menunjukkan (1) ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, (2) ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, (3) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, (4) ada pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersiang.

Kepuasan atau tidak puas pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Kotler and Armstrong (2004:283) menyatakan kualitas produk sebagai *“the ability of a product to perform its functions. Its includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”*. Artinya kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Rangkuti, (2002: 26), menyebutkan bahwa jasa merupakan pemberian

suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Sedangkan jasa menurut Kotler dan Amstrong, (2008:345), mendefinisikan “Harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Permintaan dan kebutuhan pelanggan harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bidang usaha pelayan

jasa makanan atau rumah makan adalah salah satu atau beberapa jenis usaha yang sedang diminati oleh pengusaha saat ini. Peningkatan jumlah rumah makan yang ada di daerah Bandar Lampung menimbulkan persaingan kuat. Rumah makan harus mengerti dan melakukan strategi pemasaran yang baik untuk memenangkan persaingan, jika tidak maka rumah makan tersebut akan cepat tertinggal dari pesaing-pesaing yang pada akhirnya menyebabkan produsen kehilangan konsumen.

Sekian banyak rumah makan yang ada di Bandar Lampung, salah satunya adalah rumah makan Provita, yang berada di jalan Raya Sukarno Hatta Gg. Selat Malaka 9 Karang Maritim, Panjang. Perusahaan ini didirikan oleh ibu Farida pada tahun 2008. Rumah Makan Provita berada di pinggir jalan Lintas Sumatra. Rumah makan ini menyediakan berbagai macam jenis makanan dengan cara prasmanan. Cara penyajian makanan ini dengan meletakkan makanan pada meja panjang dan pengunjung mengambil sendiri menu yang diinginkan. Daftar menu makanan prasmanan terdiri

dari berbagai variasi makanan mulai dari lauk dan sayuran-sayuran. Rumah Makan Provita ini juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin maupun panas yang bisa dinikmati oleh konsumen.

Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, harga produk maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, harga produk serta pelayanan yang ada di rumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas produk yang terbaik, harga yang terjangkau dan pelayanan yang terbaik pula.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Pengembangan sebuah produk atau jasa melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan, yang mampu memuaskan konsumen. Manfaat ini dikomunikasikan dan diserahkan dengan atribut produk seperti kualitas, fitur (*features*) dan rancangan. Maka semakin tinggi tingkat kepuasan suatu produk maka semakin tinggi pula produk tersebut terjual. Salah satu konsep pemasaran yang ditawarkan oleh Kotler, (2009:355) dengan melakukan bauran pemasaran yang meliputi

produk, harga, pelayanan dan promosi. Namun yang menjadi tolak ukur kepuasan konsumen lebih pada kualitas produk dan pelayanan.

Rumah makan Provita dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumen di RM. Provita mengalami fluktuasi pada dua tahun terakhir.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 orang konsumen RM. Provita Bandar Lampung, mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu tentang kualitas produk sebesar 5% menyatakan kualitas produk tinggi, sebanyak 85% menyatakan kualitas produk sedang dan sebanyak 10% menyatakan kualitas produk rendah. Sedangkan harga sebanyak 60% menyatakan harga cukup terjangkau dan sebanyak 40% menyatakan harga tidak terjangkau. Sedangkan untuk

kualitas pelayanan sebanyak 20% menyatakan kualitas pelayanan tinggi, sebanyak 50% menyatakan kualitas pelayanan sedang dan sebanyak 30% menyatakan kualitas pelayanan rendah. Sedangkan untuk kepuasan konsumen pelanggan menyatakan sebanyak 60% menyatakan sedang dan sebanyak 40% pelanggan menyatakan tingkat kepuasan yang rendah. Dari tabel diatas terlihat bahwa semua yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga, produk, kebersihan, kualitas pelayanan, tentang Rumah Makan Provita belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besarnya pengaruhnya terhadap para pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Rumah Makan Provita mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan konsumen di Rumah Makan tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

*deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan survei. Metode *deskriptif* adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki, Nazir dalam Sudjarwo, (2009: 86). Tujuan penelitian ini merupakan verifikatif yaitu sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih

Pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan melihat kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut, Sugiyono, (2012: 7). Sedangkan pendekatan survei yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dan gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau daerah, Nazir, (2003: 56). Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Menurut Kline dalam

Sugiyono, (2009: 7), walaupun metode survei tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

Menurut Sugiyono (2012:15) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kulaitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di RM. Provita Bandar Lampung.

Pengambilan sampel ini diambil dengan menggunakan metode penetapan sampel yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang Jumlah sampel yang digunakan menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2012:16)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di RM. Provita Bandar Lampung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis Diperoleh  $t_{hitung}$  untuk Kualitas Produk sebesar  $14,561 > t_{tabel}$  sebesar 1.9855 hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain “Ada pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung tahun 2015

Apabila kita melihat hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen sebesar 0,832 termasuk kategori tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kadar determinasi sebesar 0,693 yang berarti Kepuasan Konsumen dipengaruhi Kualitas Produk sebesar 69,3% sisanya 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

### 2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di RM. Provita Bandar Lampung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis Diperoleh  $t_{hitung}$  untuk Harga sebesar  $13,573 > t_{tabel}$  sebesar 1.9855 hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain “Ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung tahun 2015.”

Apabila kita melihat hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen sebesar 0,814 termasuk kategori tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kadar determinasi sebesar 0,662 yang berarti Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Harga sebesar 66,2 %, sisanya 33,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat

beli konsumen di RM. Provita Bandar Lampung.

Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis Diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variable Kualitas Pelayanan sebesar  $14,245 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9855$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain Ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung tahun 2015.

Apabila kita melihat Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen sebesar  $0,827$  termasuk kategori tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kadar determinasi sebesar  $0,683$  yang berarti Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variable Kualitas Pelayanan sebesar  $68,3\%$  sisanya  $31,7\%$  dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung**

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung.

Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis diperoleh  $F_{hitung} = 82,835$  dengan signifikansi (sig.) sebesar  $0,000$ , sedangkan  $F_{tabel}$  dengan derajat kebebasan (dk/df) untuk pembilang = 3 dan penyebut = 92 dan  $\alpha = 0,05$  dari daftar tabel diperoleh =  $2,70$  dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $82,835 > 2,70$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  yang menyatakan “Ada pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung tahun 2015”.

Koefisien korelasi berganda sebesar  $0,854$  termasuk tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kadar determinasi sebesar  $0,730$  atau  $73\%$ , ini berarti variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan sebesar  $73\%$ , sisanya sebesar  $27\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung. apabila kualitas produk baik maka tingkat kepuasan konsumen tinggi, sebaliknya apabila kualitas produk buruk maka tingkat kepuasan konsumen rendah.
2. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung. Apabila harga sesuai dengan kualitas yang diberikan maka tingkat kepuasan bertambah, sebaliknya apabila harga tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan maka tingkat kepuasan konsumen rendah.
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka tingkat kepuasan konsumen

bertambah, sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan tidak baik maka tingkat kepuasan konsumen rendah.

4. Ada pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RM. Provita Bandar Lampung. Jika kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan positif maka tingkat kepuasan konsumen bertambah, sebaliknya jika kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan negatif maka tingkat kepuasan konsumen rendah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Marketing*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: PT Indeks.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama

Sudjarwo.2009. *Manajemen  
Penelitian Sosial*.Jakarta: CV.  
Mandar Maju.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif, dan  
R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian  
Pendidikan Pendekatan  
Kuantitatif, Kualitatif, dan  
R&D*. Bandung: Alfabeta.

