

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOBER MIE SETAN**

**SIDOARJO**

**Lina Amalia**

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

**ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar mengetahui bahwa ada stimulus sederhana yang dapat dikembangkan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Sidoarjo, yakni tentang Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisis statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sample responden pada penelitian ini menggunakan metode non probability sampling. Sedangkan metode pengambilan sample ini menggunakan metode sampling insidental. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan *Software IBM SPSS 26*. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0.044, sedangkan nilai koefisien regresi variabel Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0.007, dan nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0.000. Nilai uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung  $14.150 > F$  tabel 3.09 dengan tingkat signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$ , yang artinya ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Hasil uji t variabel Kualitas Produk mempunyai nilai t hitung sebesar  $2.037 < t$  tabel yaitu sebesar 1.984, yang artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan hasil uji t variabel Persepsi Harga mempunyai nilai t hitung sebesar  $2.767 > t$  tabel yaitu sebesar 1.984, yang artinya variabel Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, dan pada hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai t hitung sebesar  $4.562 > t$  tabel yaitu sebesar 1.984, yang artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

***Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan  
Kepuasan Konsumen***

**ABSTRACT**

*The aim of this study was to find out that marketers to know that there is a simple stimulus that can be developed in increasing customer satisfaction in Kober Mie Setan Sidoarjo, which is about quality of product, Price Perception and service quality on customer satisfaction Kober Mie Setan Sidoarjo. The approach of this study was quantitative, which focuses on hypothesis tests with statistical analysis tools and produces generalizable results. The sample of respondents in this study is using a non-probability sampling method. While the sampling method using sampling insidental method. The test device used is multiple linear*

*regression analysis technique with IBM SPSS 26 Software. After testing the proposed hypothesis, the regression coefficient value of the Product Quality variable on Customer Satisfaction has significant effect with a sig value of 0.044, while the regression coefficient value of the variable Price Perception to consumer satisfaction has a significant effect with a sig value of 0.007, and the regression coefficient value of the Service Quality variable on Customer Satisfaction has a significant effect with a sig value of 0.000. The value of the F test in this study shows that the value of F counts  $14.150 > F$  table 3.09 with a significant level of  $0.000 < 0.05$ , which means that the three independent variables, that is Product Quality, Price Perception and Service Quality simultaneously influence Customer Satisfaction. The test results of the Product Quality variable which have a t value of  $2.037 < t$  table, which is 1.984, which means that the Product Quality variable has a partial effect on Customer Satisfaction, while the t test results have a t value of  $2.767 > t$  table which is 1.984, which This means that the Price Perception variable has a partial effect on Customer Satisfaction, and in the test results, the Service Quality variable has a value of  $4.562 > t$  table, namely 1.984, which means that the Service Quality variable partially affects Customer Satisfaction.*

**Keywords: Product Quality, Price Perception and Service Quality for Customer Satisfaction.**

## **PENDAHULUAN**

Evolusi niaga kuliner yang begitu kencang, menimbulkan usaha kuliner dengan bermacam ragam menu masakan. Bisnis santapan jadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh warga, sebab tidak hanya menciptakan keuntungan yang besar, santapan menjadi kebutuhan pokok untuk tiap orang. Perihal tersebut dapat dilihat pada pertumbuhan dunia bisnis yang dikala ini dirasakan oleh sebagian orang dengan kemajuan yang lebih baik.

Sebagaimana yang sudah kita tahu, pertumbuhan kuliner di Indonesia terus menjadi berbagai macam. Spesialnya di Kota Sidoarjo. Berbagai santapan terbuat serta diolah semenarik mungkin yang bertujuan membagikan kepuasan terhadap konsumen. Kualitas produk ataupun kualitas makanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen sebab banyak dari konsumen yang memperhitungkan santapan dari segi rasa, keunikan, serta alterasi. Tetapi banyak pula dari mereka yang berkata jika kualitas membawa persepsi harga, sebab kualitas yang baik tentu menawarkan persepsi harga yang lebih mahal, oleh sebab itu persepsi harga pula mempengaruhi kepuasan konsumen. Tidak

hanya itu, banyak kedai – kedai ataupun tempat – tempat makan yang mencermati kualitas pelayanannya sebab pada saat pelayanan rumah makan itu baik maka konsumen hendak merasa dihormati serta konsumen juga merasa aman.

Tidak hanya itu, makanan wajib higienis bebas dari kuman yang menimbulkan makanan nampak kurang sehat apalagi tidak layak makan. Kualitas makanan yang baik merupakan santapan yang menarik dimata konsumen, artinya menarik dari segi warna, aroma serta rasa. Sebaliknya persepsi harga yang bagus merupakan persepsi harga yang cocok terhadap kualitas produk yang ditawarkan serta cocok kelas konsumen. Konsumen dipecah jadi 3, ialah kelas dasar, menengah, serta atas. Konsumen kelas dasar umumnya lebih mengutamakan persepsi harga yang murah walaupun kualitasnya kurang baik. Konsumen kelas menengah umumnya tidak begitu mencermati persepsi harga serta kualitas tetapi membiasakan keadaan serta kemauan konsumen tersebut. Serta konsumen kelas atas merupakan konsumen yang sangat mencermati kualitas produk, mereka hendak berani membayar mahal untuk produk yang bisa berikan kepuasan kepada mereka. Jadi dalam menetapkan persepsi harga para pelaku usaha wajib betul – betul membiasakan dengan kondisi pasar. Sebaliknya pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang senantiasa melindungi kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumen walaupun dalam kondisi ramai.

Dengan terdapatnya kualitas pelayanan pula bisa pengaruhi kepuasan konsumen. Perihal ini didasarkan atas hasil riset Harjati serta Venesia dalam Meida serta Rahayu (2019) dan Pastikarani serta Astuti dalam Meida serta Rahayu (2017) yang menampilkan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif serta signifikan. Bersumber pada perihal tersebut, memberikan kualitas pelayanan yang besar kepada konsumen, menjadikan tingkatan kepuasan konsumen tersebut besar pula. Kebalikannya, jika

memberikan kualitas pelayanan yang rendah kepada konsumen, menjadikan rendah pula tingkatan kepuasan konsumen tersebut.

Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, badan usaha memakai bermacam aspek yang signifikan terhadap kepuasan konsumen serta minat pembelian ulang. Salah satunya merupakan persepsi harga. Perihal tersebut didasari atas penemuan Harjati dan Venesia dalam Meida dan Rahayu (2019) dan Resti dan Soesanto dalam Meida dan Rahayu (2019) yang menampilkan persepsi harga secara signifikan membagikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Maksudnya, baiknya persepsi harga dari suatu produk, menjadikan besar tingkatan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Kebalikannya, tidak baiknya persepsi harga dari suatu produk / jasa, menjadi rendah tingkatan kepuasan konsumen terhadap produk / jasa tersebut.

Kedai Kober Mie Setan merupakan kedai yang sangat booming di Kota Sidoarjo. Dikala ini kedai tersebut sangat ramai diperbincangkan di golongan anak muda Sidoarjo. Kedai Kober Mie Setan sangat ramai dikunjungi para konsumennya khususnya para penggemar makanan pedas, sebab Kober Mie Setan populer dengan sajian pedas dari makanannya. Mereka menerapkan inovasi dari produk mi dengan awalan yang sewajarnya diolah jadi mi dengan cita rasa terbaru, yakni cita rasa khas pedas dari Kober Mie Setan sendiri. Dimulai rasa pedas yang sewajarnya, sedang, hingga menantang saat dimakan. Dengan menyediakan menu mi dengan tingkatan kepedasan yang berbeda – beda, konsumen dapat memastikan opsi sendiri dalam menikmati mi sesuai tingkat pedas yang diinginkan. Menu yang disediakan oleh Kedai Kober Mie Setan memiliki 3 pilihan rasa ialah, mie iblis, mie setan, serta mie angel. Mie angel sendiri diperuntukan buat para pecinta mie tetapi tidak menggemari rasa pedas. Timbulnya inovasi makanan – makanan pedas tersebut tidak lain untuk memanjakan lidah konsumen yang menggemari masakan pedas. Perihal ini,

disebabkan kemampuan pasar warga Jawa Timur khususnya di Sidoarjo sendiri makanan pedas jadi kegemaran disetiap golongan dan paling utama golongan remaja.

Dalam pengamatan ini terdapat keluhan yang dialami oleh sebagian konsumen Kedai Kober Mie Setan. Keluhan tersebut membuat konsumen merasa kurang puas, diisyarati dengan konsumen yang diharuskan lekas keluar kala makanan habis, sebab telah banyak konsumen lain yang mengantri meja makan. Tidak hanya itu terdapatnya suara berisik teriakan pelayan yang memanggil nama konsumen dengan keras untuk membawakan pesanan. Dan kualitas mie yang dihidangkan kadang – kadang tidak cocok dengan standar produk yang dihidangkan. Kadangkala kurang bumbu, kurang pedas ataupun sangat pedas melebihi tingkat pesanan, sehingga bisa merubah cita rasa mie serta konsumen pun kurang menikmati makanannya. Kemudian, bila berdialog tentang persepsi harga hingga kini belum terdapat kasus yang terpaut menimpa persepsi harga pada Kedai Kober Mie Setan, sebab persepsi harga Kober Mie Setan terhitung relative murah ialah Rp. 9500,- per-porsi. Dengan persepsi harga yang relative murah tersebut konsumen bisa menikmati cita rasa khas dari mie setan.

Permasalahan yang menarik yang sudah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk melaksanakan riset terkait, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOBER MIE SETAN SIDOARJO”.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dimanfaatkan dalam studi ini berupa studi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:11) penafisiran teknik kuantitatif yaitu : “Kuantitatif mampu dimaksud selaku metode penelitian berpedoman filsafat

positivisme, dipergunakan dalam memahami populasi ataupun gambaran tertentu, pengelompokan pernyataan mempergunakan instrumen penelitian, analisis informasi bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan membuktikan hipotesis yang usai ditentukan”.

Metode kuantitatif sering digunakan dalam sebuah penelitian karena mudahnya dalam mengambil sebuah kesimpulan yang dapat dianalisa melalui angka dalam proses pengambilan sebuah data secara langsung maupun tidak langsung, kemudian di uji melalui alat uji statistik yang pada penelitian kali ini menggunakan aplikasi SPSS 26. Ada pun jumlah populasinya adalah 100 Konsumen dan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik non probability sampling dengan menggunakan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

### **Sumber data**

Data Primer & Data Sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuisisioner dan wawancara. Skala pengukuran adalah Skala Likert, biasa digunakan untuk mengukur pendapat seseorang terhadap suatu pernyataan / keadaan.

### **Analisis Data :**

1. Analisa Deskriptif
2. Uji Validitas
3. Uji Reliabilitas
4. Uji Asumsi Klasik :
  - uji normalitas
  - uji autokorelasi
  - uji multikolinearitas
  - uji heteroskedastisitas
5. Uji Regresi Linear Berganda
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
7. Uji Hipotesis :
  - uji t
  - uji f

## Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara parsial dengan uji t untuk variabel Kualitas Produk (X1), dapat diketahui nilai thitung (2.037) > ttabel (1.984), yang berarti bahwa Kualitas Produk (X1), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kober Mie Setan Sidoarjo.
2. Hasil pengujian secara parsial dengan uji t untuk variabel Persepsi Harga (X2), dapat diketahui nilai thitung (2.767) > ttabel (1.984), yang berarti bahwa Persepsi Harga (X2), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kober Mie Setan Sidoarjo.
3. Hasil pengujian secara parsial dengan uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3), dapat diketahui nilai thitung (4.562) > ttabel (1.984), yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X3), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kober Mie Setan Sidoarjo.
4. Hasil pengujian secara
5. simultan dengan menggunakan uji F, diketahui nilai Fhitung (14.150) > Ftabel (3.09), yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kober Mie Setan Sidoarjo.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka penulis mempunyai analisis yang didasarkan pada hasil penelitian dan informasi yang diterima sehingga dapat memberikan saran yang terbaik yaitu sebagai berikut :

1. Bersumber pada hasil penelitian skor terendah pada variabel Kualitas Produk (mean sebesar 4.36). Meningkatkan dan mempertahankan Kualitas Produk yang sepadan dengan kemauan Konsumen.
2. Bersumber pada hasil penelitian skor terendah pada variabel Persepsi Harga (mean sebesar 4.27). Kober Mie Setan Sidoarjo wajib menetapkan Persepsi Harga yang mampu bersaing sehingga sanggup dijangkau konsumen serta tidak menekan konsumen. Dalam pemberian Persepsi Harga, badan usaha wajib membiasakan dengan keadaan pasar serta persaingan di pasaran. Badan usaha pula butuh mencermati Persepsi Harga produk sejenis yang berlaku di pasaran sehingga perusahaan mampu lebih cepat dalam bereaksi terhadap Persepsi Harga tiap produknya agar perusahaan dapat lebih memantau Persepsi Harga pesaing dari perusahaan sejenis.
3. Bersumber pada hasil penelitian skor terendah pada variabel Kualitas Pelayanan (mean sebesar 3,68), Kepada karyawan diharapkan para karyawan mampu mempertahankan serta tingkatkan kualitas pelayanan serta menjalin ikatan yang baik dengan para konsumen. Dalam melindungi kualitas pelayanan yang tersedia sebaiknya tujuan dari perusahaan dalam pelayanan wajib ditekankan kepada karyawan, layaknya visi dan misi perusahaan, supaya karyawan mampu menguasai secara mendalam tugasnya yang diwajibkan mampu membagikan sebuah pelayanan yang optimal kepada konsumen seperti keramahan dalam melayani konsumen.

4. Bagi para peneliti berikutnya yang hendak menelaah bagian dalam memahami variabel penentuan yang serupa diharapkan hasil penentuan ini mampu dijadikan salah satu pengaruh data yang mampu dimanfaatkan untuk penelitian berikutnya.

#### **Daftar Pustaka**

- Aswad, Syaiful, Realize, Ronald Wangdra (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center.*
- Alifia, Mitha, Roselina, Asih Niati (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang*
- Brigitte, Tombeng, Ferdy Roring, Dan Farlane S. Rumokoy.(2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado.*
- Lestari, Putri. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen teh Botol Sosro.*(Studi pada Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung).
- Lesmana, Rosa, Ratnasari (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa.*
- Syamsiah (2018) *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Supermarket Transmart Carrefour Di Kota Makassar.*
- Nurlita, Arti. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Nasion The Panas Dalam Café.*
- Napitupulu, Ferdinand (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Ramayana Lestari Sentosa.*
- Jaya, Sukma. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Geprek Benu Di Bandar Lampung.*
- Oktaviani, Anggina Resti. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen (survei pada tamu villa montana montini -ciaterhighland resort).*
- Siregar, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: Kencana.
- Situmeang, Romauli, Rosinta, (2020). *The Effect of Product Quality, Distribution Channels and Service Quality on Customer Satisfaction Spotlights.*
- Umami, Risatul , As'at Rizal, Sumartik (2019). *Pengaruh kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai WARSU COFFE.*
- Zenia, Rahmi Adela. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Banjarmasin.*