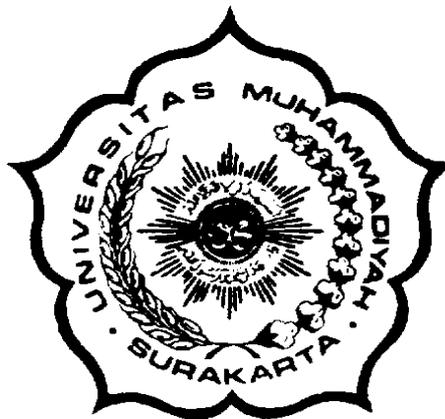


**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
WARUNG TENKLENG DAN SATE MBAK DIAH SOLOBARU)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

oleh :

NIKEN TRI SULISTYORINI

B100140265

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA
WARUNG TENKLENG DAN SATE MBAK DIAH SOLOBARU)**

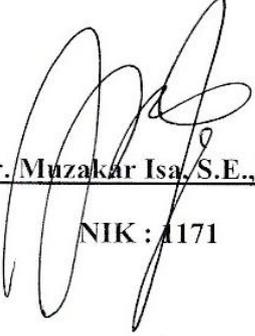
PUBLIKASI ILMIAH

Yang ditulis dan disusun oleh:

NIKEN TRI SULISTYORINI
B100140265

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing


(Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.)

NIK : 1171

HALAMAN PENGESAHAN

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA WARUNG TENGLKLENG DAN SATE MBAK DIAH SOLOBARU)”

oleh:

NIKEN TRI SULISTYORINI

B100140265

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

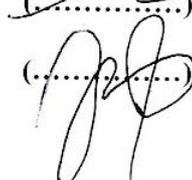
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 9 Juni 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Sri Murwanti, S.E., M.M. (Ketua Dewan Penguji) 
2. Ir. Irmawati, S.E., M.Si. (Sekretaris Dewan Penguji) 
3. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si. (Anggota Dewan Penguji) 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta


Dr. H. Syamsudin, M.M.
NIK 131602918

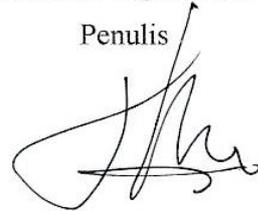
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 6 Agustus 2018

Penulis



NIKEN TRI SULISTYORINI
B 100 140 265

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA WARUNG TENGLKENG DAN SATE MBAK DIAH SOLOBARU)

Abstraksi

Analisis penelitian ini tentang menganalisis kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, studi yang dilakukan pada Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 101 konsumen yang pernah berkunjung ke Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji instrument dan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa baik secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam model yang dibentuk variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 53,2% dan sisanya 46,8% masih dipengaruhi variabel lainnya.

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

Abstract

Analysis of this research about analyzing product quality, price, and service quality To customer satisfaction. The study was conducted at Tengkleng Food Stall and Sate Mbak Diah Solobaru. Samples taken in the study were 100 consumers who have been to Warung Makan Tengkleng and Sate Mbak Diah Solobaru. Analytical methods used are multiple linear regression analysis, instrumen test and classical assumption test. Based on the results of the analysis found it can be explained that both partially product quality and service quality have a positive and significant impact on customer satisfaction. While the price has a positive and insignificant effect on customer satisfaction. In the model formed variable of product quality, price and service quality able to explain consumer satisfaction variable equal to 53,2% and the rest 46,8% still influenced by other variable.

Keywords: *Product Quality, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis makanan semakin lama semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya warung makan yang tersebar di kota Solo dengan berbagai variasi menu yang ditawarkan. Masyarakat yang menginginkan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan setiap hari, hal tersebut termasuk salah satu alasan banyak pengusaha yang membuka usaha bisnis makanan. Persaingan yang

semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing secara global, serta mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mampu menarik konsumen dengan mengetahui kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen yang digunakan sebagai masukan perusahaan untuk mewujudkan kepuasan konsumen serta keberhasilan dalam menjalankan usaha. Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dialami seseorang terhadap hasil dan harapan yang didapat dengan perasaan senang atau tidak senang. Menurut Engel (1990, Tjiptono, 2008), menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan, hal tersebut dapat dilihat apabila konsumen puas dengan produk atau jasa yang diterima maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan sebaliknya apabila konsumen tidak puas terhadap apa yang diterima maka tidak akan melakukan pembelian ulang, sehingga dampak dari tidak puas menyebabkan nilai negatif bagi perusahaan. Kepuasan konsumen yang dirasakan tidak hanya dari produk atau jasa yang didapat, akan tetapi pelayanan yang diterima selama proses pembelian produk atau jasa. Kepuasan konsumen tidaklah mudah, karena tingkat kepuasan yang dimiliki konsumen berbeda-beda walaupun dalam produk yang sama.

Dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen membutuhkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang memadai. Menurut Kotler dan Armstrong, (2009) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas apabila harga yang dipasang atau ditetapkan oleh penjual sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Penetapan harga merupakan strategi pemasaran yang sensitif bagi konsumen dalam melakukan pembelian yang dampaknya akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka, perusahaan harus mengetahui strategi penetapan harga yang baik agar dapat melakukan persaingan.

Selain harga, kualitas produk sangat penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Kualitas produk juga dapat menciptakan keuntungan perusahaan, semakin produk yang dihasilkan perusahaan berkualitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari suatu produk pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Wijaya, 2011). Perusahaan akan berkembang pesat, apabila perusahaan mampu menciptakan produk yang berkualitas paling baik dibandingkan perusahaan yang lain. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen kemudian tertarik untuk mencoba serta membeli produk tersebut.

Tidak hanya harga yang terjangkau dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen, tanpa adanya pelayanan baik yang diberikan kepada konsumen ketika proses pembelian konsumen tidak akan merasa puas. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Tidak sedikit konsumen yang mengukur kepuasan yang dirasakan berdasarkan pelayanan yang diterima, maka pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh suatu perusahaan harus semaksimal mungkin karena dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada perusahaan tersebut.

Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah merupakan warung makan tengkleng yang terkenal di kota Solo yang setiap harinya ramai dikunjungi oleh masyarakat Solo dan luar Solo. Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah ini menawarkan beragam varian mulai dari tengkleng, sate, tongseng, dan lain-lain. Dengan banyaknya pengunjung bisa dinyatakan bahwa konsumen pada warung makan ini merasa puas. Dengan hal tersebut maka penulis ingin meneliti pengaruh kepuasan konsumen di Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah. Selain itu, penyebab konsumen merasa puas dan melakukan pembelian ulang di warung makan tersebut, apakah dari segi harga yang ditawarkan, kualitas produk, dan pelayanan yang menyenangkan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru).

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Warung Tengkleng dan Mbak Diah Solobaru sebanyak 101 responden, dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang pada saat penelitian sedang membeli maupun pernah membeli di Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru dan konsumen minimal berusia 18 tahun. Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Model	Koefisien β	T	Sig.
Konstanta	3,114		
Kualitas Produk	0,355	4,261	0,000
Harga	0,105	1,308	0,194
Kualitas Pelayanan	0,390	4,570	0,000
F		36,778	
Sig.		0,000	
R Square		0,532	

Sumber: Hasil olah data

Hasil penelitian bedasarkan uji t menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,532 (53,2%) bahwa kemampuan variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dapat menjelalskan varibel kepuasaan konsumen, sisanya dijelaskan oleh variabel lainya sebesar 46,8%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen . Hasil ini sesuai dengan penelitian Aulia dan Hidayat (2017), yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan tinggi, sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Konsumen akan puas jika harapannya terpenuhi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen yang artinya meskipun harga mengalami kenaikan konsumen tetap akan merasa puas karena hasil yang diterima konsumen sebanding dengan harga yang diberikan oleh Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru. Menurut Aulia dan Hidayat (2017), harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru. Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan kuliner karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono 2012) kualitas pelayanan merupakan tingkat penhgukuran seberapa baik layanan yang diberikan mampu memberikan harapan pada konsumen.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara keseluruhan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Bagi peneliti lanjutan model penelitian ini perlu ditambah untuk jangka panjang dengan menambah variabel independen lainnya seperti lokasi, citra merk dan lain-lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.PT Rajagrafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta
- Aulia, M. dan Imam Hidayat. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6. No. 5. ISSN : 2461-0593
- Edwin Setyo, P. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 1. Hal.755-764.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2.Jakarta
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisikedua. Yogyakarta :Andi