

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jaya Fried Chicken (JFC) di Seluruh Outlet Cabang Singaraja

GEDE PARMAYASA¹; GUSTI PUTU EKA KUSUMA²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja
Jln. Yudistira No. 11 Kendra, Kecamatan. Buleleng, Bali Telp (0362) 22950
E-mail : gedeparmayasa000@gmail.com

Submit : 2022-08-02

Review : 2023-06-15

Publish : 2023-06-26

Abstract: This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and price on consumer satisfaction. This type of research is quantitative research because it involves numbers and statistical calculation techniques. The population of this research is all consumers who have consumed Jaya Fried Chicken (JFC) Outlet Singaraja branch. The sampling technique was carried out using the Non Probability Sampling method with purposive sampling and accidental sampling. The number of samples in study obtained as many as 108 samples. Sources of data used in this study are primary data in the form of questionnaires measured by the Linkert scale and secondary data in the form of books, journals, theses, and other documents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 20 program. The results of this study indicate that (1) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and (3) price has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

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

Bisnis kuliner adalah salah satu usaha yang banyak mengalami perkembangan dan mampu beradaptasi dengan pola masyarakat saat ini adalah restoran cepat saji. Makanan cepat saji (fastfood) sangat diminati masyarakat perkotaan karena kepraktisannya dalam mengonsumsi makanan tersebut. Fastfood sendiri telah menjadi gaya hidup, ciri masyarakat yang modern (Widaningrum, 2010).

Dalam dunia persaingan bisnis banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya yakni dengan melihat karakteristik konsumen secara umum dalam memberikan output-produk yang baik dan layak kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa bila membeli output tersebut. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Yaitu faktor kualitas produk, dengan adanya kualitas yang baik terhadap sebuah produk jika semakin baik kualitasnya maka minat

konsumen akan semakin meningkat (Azzahra, 2021). Selain itu Masalah kualitas pelayanan atau jasa ikut menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Selain kualitas produk dan layanan, harga mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2013) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada barang atau jasa yang ditukar konsumen untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, perusahaan harus menentukan harga sesuai dengan daya beli konsumen dengan harga yang terjangkau maka karyawan akan merasa puas atas produk atau jasa yang dirasakan konsumen Hadita (2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pemilik cabang Jaya Fried Chicken (JFC) yaitu cabang daerah Pamaran mengatakan bahwa sejak masa pandemi gerai mengalami penurunan pendapatan. Sebelum adanya pandemi Covid-19, keuntungan dalam 1 hari sebesar Rp 5.000.000 dan setelah adanya pandemi terjadi penurunan laba menjadi Rp 2.000.000. dengan adanya PPKM maka perusahaan harus mengatur strategi untuk tetap menjaga bisnisnya. Adapun cara yang harus diperhatikan yaitu Kualitas produk, kualitas pelayanan, serta penetapan harga jual yang sesuai. Kepuasan konsumen juga sangat perlu diperhatikan yang mana jika konsumen merasa loyal tentunya akan memberikan profit bagi perusahaan JFC. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis ingin mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Produk

Menurut Majid (2019), produk merupakan sekumpulan wujud nyata yang dapat diidentifikasi. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Mowen dan Minor (2002) dalam Mufa (2019), menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan barang dan jasa. .

Kualitas Layanan

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Indrasari (2019) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Gasperz (2007). Menurut Tjiptono (2004), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Harga

Menurut Umar (2002), harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang

memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli. Sedangkan menurut Tjiptono (2000) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas penggunaan suatu barang. Menurut Maulana (2016) untuk menentukan harga atau menetapkan harga suatu produk perlu adanya kebijakan tertentu yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan.

Kepuasan Konsumen Menurut Kotler (2005) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi. Sedangkan menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Khotimah (2011), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya.

METODE

Riset ini dilaksanakan di JFC di seluruh outlet cabang Singaraja. Adapun penulis mengambil pendekatan secara kuantitatif. Adapun dalam mendapatkan data peneliti menggunakan data primer dan data sekunder serta mengambil populasi sebesar 108 responden orang pegawai dengan tehnik sampel jenuh, artinya seluruh populasi karyawan dapat dijadikan sebagai sampel. Untuk menyelesaikan hasil temuan tersebut penulis terlebih dahulu melaksanakan observasi dan pemberian kuesioner dari masing-masing yang terkait pada variabel penelitian kemudian, melakukan studi perpustakaan untuk memperkuat hasil penelitian ini. Kemudian, setelah mendapatkan jawaban dari pertanyaan masing-masing variabel, penganalisis dilanjutkan pengelolaan data

dengan memakai software SPSS (*statistical product and servise solutions*).

HASIL

Berlandaskan pada pengamatan tersebut terdapat 3 jenis variabel *independen* (*eksogen*) yakni kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen *dependen* (*endogen*)

1. Variabel kualitas produk (X1) mempunyai skor minimum 23, skor maksimum 40, skor rata-rata 36,23 dengan standar deviasi 3,919. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perbedaan nilai kualitas produk terhadap nilai rata-rata sebesar 3,919. Nilai rata-rata sebesar 36,23 lebih mendekati nilai maksimum yang menunjukkan bahwa kualitas produk cenderung tinggi.
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai skor minimum 15, skor maksimum 25, skor rata-rata 22,64 dengan standar deviasi 2,610. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perbedaan nilai kualitas pelayanan terhadap nilai rata-rata sebesar 2,610. Nilai rata-rata sebesar 22,64 lebih mendekati nilai maksimum yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan cenderung baik.
3. Variabel harga (X3) mempunyai skor minimum 12, skor maksimum 20, skor rata-rata 18,19 dengan standar deviasi 2,151. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perbedaan nilai harga terhadap nilai rata-rata sebesar 2,151. Nilai rata-rata sebesar 18,19 lebih mendekati nilai maksimum yang menunjukkan bahwa harga cenderung tinggi.
4. Variabel kepuasan konsumen (Y) mempunyai skor minimum 11, skor maksimum 20, skor rata-rata 18,16 dengan standar deviasi 2,024. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perbedaan nilai kepuasan konsumen terhadap nilai rata-rata sebesar 2,024. Nilai rata-rata sebesar 18,16 lebih mendekati nilai maksimum yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen cenderung tinggi.

Semua instrumen memiliki nilai Pearson Corelation lebih besar daripada 0,3 dan nilai signifikansi dibawah 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen valid dan dapat digunakan pada penelitian

Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,933, variabel pelayanan (X2) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,908, variabel harga (X3) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,901, dan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,850. Semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar daripada 0,6 sehingga dinyatakan bahwa data telah reliabel dan dapat digunakan pada penelitian.

Nilai Kolmogorov Smirnov sebesar 0,193 dengan nilai signifikansi sebesar 0,101 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal dan dapat digunakan dalam penelitian

Variabel independen mempunyai nilai VIF lebih kecil daripada 10 dan nilai *tolerance* lebih besar 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model bebas dari multikolinearitas dan data dapat digunakan dalam penelitian.

Variabel kualitas produk (X₁) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,062. Variabel kualitas pelayanan (X₂) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,284. Variabel harga (X₃) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,105. Semua variabel mempunyai probabilitas signifikansi > 0,05, sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya uji heteroskedastisitas.

Uji Parsial Dengan T- Test

Tabel 1 Uji t- Test

Variabel Bebas	T-Hitung	Probabilitas	Keterangan
Kualitas produk	3,183	0,002	Signifikan
Kualitas pelayanani	3,674	0,000	Signifikan
Harga	3,842	0,000	Signifikan

Sumber: Data Diolah (2022), *Output SPSS 22 for windows*

PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis pertama (H_1) bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap Y . Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y . Jadi dapat disimpulkan bahwa **H_1 diterima** yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian hipotesis kedua (H_2) bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap Y . Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y . Jadi dapat disimpulkan bahwa **H_2 diterima** yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian hipotesis ketiga (H_3) bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y . Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y . Jadi dapat disimpulkan bahwa **H_3 diterima** yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,840 yang menunjukkan bahwa variasi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga hanya mampu menjelaskan 84,0% variasi variabel kepuasan konsumen. Sisanya sebesar 16,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa peningkatan kualitas produk sangat diperlukan bagi bisnis Jaya Fried Chicken (JFC) karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen atau berbanding lurus dengan kepuasan Konsumen, Apabila perusahaan memiliki kualitas produk yang baik maka

kepuasan konsumen akan meningkat dan sebaliknya apabila perusahaan memiliki kualitas produk yang buruk maka kepuasan konsumen juga akan mengalami penurunan. Hal tersebut juga terjadi pada kualitas pelayanan yang memiliki hubungan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen sehingga apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik atau meningkat maka akan diikuti peningkatan kepuasan konsumen. kemudian untuk peneliti selanjutnya, diharapkan bisa memberikan penambahan variable yang berbeda agar dapat mengembangkan teori yang lebih dalam.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmaddien, Ramli. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Nagari Cabang Utama Padang. Tesis. Universitas Terbuka, Jakarta.
<http://repository.ut.ac.id/6857/>
- Anggitan, Aulia Rizana (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Minat Beli Ulang sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Universitas Dian Nnuswantoro, Semarang.
<http://eprints.dinus.ac.id/8660/>
- Ariani,
- Wahyu, 2009. Manajemen Operasi Jasa Edisi Pertama, Yogyakarta : Graha Ilmu Ayu, Rezki. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kalosi Kabupaten Enrakang. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upl_oad/2491-Full_Text.pdf

- Azzahra, Qonita. 2021. *Kepak Bisnis Waralaba Terhantam Corona*.(online). Tersedia di alamat <https://www.alinea.id/bisnis/kepak-bisniswaralaba-terhantam-corona-b2cA19641> (13 Aril 2022) *Biz in Bali*. 2021. *Awal Mula JFC, Brand Fried Chicken Lokal Asal Bali*. (online), tersedia di alamat <https://bizinbali.com/indonesia/awal-mula-jfc-friend-chiken-lokal-asal-bali/> (23 Desember 2021)
- CNN Indonesia. 2020. *Untung Buntung Bisnis Waralaba di Tengah Corona*. (Online). Tersedia di alamat <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201124140259-92-573823/untung-buntung-bisnis-waralaba-di-tengah-corona> (13 April 2022) *Databoks*. 2016. *Alasan Kenapa Orang Indonesia Memilih Fast food*. (online), tersedia di alamat Badan Penerbit Universitas
- Fitriananur, 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lesehan Dapur M'Riah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Ssaifuddin Jambi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi. <http://repository.uinjambi.ac.id/3999>
- Pariwisata, J., & Semarang, U. (2021). *Rischa Agustia Imaningtyas 2*, *Ryani Putri 3*. 23(1), 190–195.
- Partini, S. T. (2022). *Bulletin of Management and Business*. 1(1), 42–50.
- Maulana, Ade Syarif. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. *JURNALeKONOMI*, 7 (2): 113 – 125. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/1624>
- Puji, Septin, Wiwik Wilasaridan Datien Eriska Utami. 2009. *Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 2 No. 1.
- Wietama, Wivirra dan Febriansyah. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1): 77 – 86