

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Up Chicken Gudo Jombang

Edwin Bagus Risky Putra¹ Lilis Sugi Rahayu²

¹ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari

² Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari

Informasi Artikel

Diterima: 23 Mei 2024

Revisi: 30 Mei 2024

Diterima: 2 Juni 2024

Kata kunci:

Kualitas Produk; Harga; Kepuasan Konsumen

Korespondensi

*Penulis korespondensi :
edwinkorek@gmail.com ,
lilissugirahayu14@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kedai Up Chicken Gudo Jombang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 30 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji hipotesis menggunakan uji t, uji F dan uji R. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Up Chicken Gudo Jombang. Begitu juga harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Up Chicken Gudo Jombang secara simultan kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Up Chicken Gudo Jombang

How to Cite

Kutip dokumen ini: Putra, E. B. R., & Ningsih, L. S. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Up Chicken Gudo Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(3), 202–304. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i3.6703>

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Maka dari itu setiap perusahaan dituntut untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaan agar tetap dapat bersaing. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumennya dan juga tetap dapat bertahan dalam persaingan di dunia bisnis. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan mempunyai tingkat daya saing yang sangat ketat adalah bisnis di bidang makanan. Persaingan yang semakin ketat ini ditandai dengan banyaknya pelaku bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk hampir sama persis namun memiliki harga dan pelayanan yang berbeda-beda. Para pelaku bisnis kuliner ini harus selalu dapat melakukan sebuah inovasi bagi perusahaannya dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumennya agar konsumen dapat merasakan kepuasan atas barang atau jasa yang telah mereka beli (Suyono et al., 2020).

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang pesat saat ini yang muncul seiring dengan adanya ide yang kreatif dan inovatif yang membuat konsep pemasaran pada bisnis kuliner lebih berkembang dan tepat sasaran. Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi dan menjadikan bisnis kuliner sebagai

kebutuhan pokok bagi setiap orang. Terdapat juga faktor lain yang mendorong pengusaha untuk mendirikan bisnis kuliner, yaitu adanya perubahan pada pola konsumsi masyarakat (Santoso, 2019).

Pola konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan untuk mulai terbuka dan terbiasa untuk makan di luar rumah. Makan di luar rumah dianggap lebih efisien dan juga dapat dijadikan sebagai sarana refreshing, baik bersama keluarga maupun kerabat. Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pengusaha atau pemilik modal. Kedai *Up Chicken* yang terletak di daerah Gudo. Seiring dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka sangat perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha bagaimana untuk menciptakan keunikan dari segi produk yang ditawarkan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Sari, 2019).

Perkembangan zaman dan teknologi yang sangat pesat, berdampak pada perubahan pola pikir masyarakat yang juga berkembang semakin kritis sehingga menyebabkan gaya hidup menjadi semakin kompleks dan praktis. Manusia selalu ingin menciptakan inovasi-inovasi baru yang nantinya akan mempermudah kehidupan manusia dimasa mendatang (Fiazisyah & Purwidiani, 1970). dengan fenomena maraknya bisnis kuliner juga terjadi di Gudo, yang menimbulkan daya tarik untuk dilakukannya penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu kedai di Gudo, yaitu *Up Chicken*. Dengan demikian, kini pihak *Up Chicken* siap bersaing untuk mempertahankan eksistensi dan akan terus melakukan pembenahan secara terus-menerus demi terciptanya tingkat kepuasan konsumen.

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk yang merujuk pada sejauh mana suatu produk memenuhi atau melebihi harapan, kebutuhan, dan keinginan konsumen atau pengguna (Santoso, 2024). Menurut (Nugroho & Saryanti, 2019) kualitas produk diartikan seberapa jauh kemampuan suatu produk dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Harga adalah suatu nilai yang berperan sebagai alat tukar terhadap barang atau jasa dengan kata lain, itu produk yang dapat ditukar di pasar. Teori ekonomi harga merupakan suatu nilai yang dapat berbentuk mata uang dinar dan sebagai medium moneter yang memiliki nilai tukar. harga biasanya mengacu pada jumlah dana yang dibutuhkan untuk membeli produk. Harga memiliki berbagai indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat (Fauzi & Bustami, 2019). (Efendi & Widyastuti, 2019) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak

pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran sejauh apa pelanggan melakukan pembelian lagi.

Kedai *Up Chicken* merupakan salah satu rumah makan dengan ciri khasnya beranekaragaman di antaranya yaitu Bebek, yang mana rumah makan bebek Cak Anton ini terletak disebelah selatan Pasar Cukir. *Up Chicken* ini menyajikan berbagai macam menu olahan ayam di antaranya paket crispy, paket geprek, paket *fire*, dll. dengan gaya ciri khasnya yang menggugah selera, serta dapat dipesan dengan kesesuaian pelanggan yang diinginkan.

Bagi para pencinta olahan ayam khususnya kedai *Up Chicken* ini adalah pilihan yang tepat untuk memanjakan lidah dengan menu ayam yang mempunyai ciri khas tersendiri. Tidak hanya itu kedai *Up Chicken* ini salah satu kedai yang berani menawarkan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang sangat baik, sehingga menciptakan kepuasan bagi para konsumen agar tetap menjadi pelanggan setia dan tidak berpaling terhadap kedai yang lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berfokus pada pengaruh produk dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dari rumah makan bebek Cak Anton Cukir menjadi tempat penelitian, maka peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kedai *Up Chicken* Gudo)”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2021:16) merupakan sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. dan jenis penelitiannya menggunakan metode penelitian asosisatif. Teknik pengumpulan data menggunakan beberapa macam yakni kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian berlokasi di Kedai *Up Chicken* Gudo Jombang. Sampel penelitian berjumlah 30 responden dari pelanggan yang berkunjung dan mengkonsumsi di Kedai *Up Chicken* Gudo yang diperoleh berdasarkan Sugiyono (2021:143), apabila dalam penelitian menggunakan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi linier berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dengan pengambilan teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji reabilitas, uji validitas, untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan pendekatan koefisien regresi berganda, untuk uji asumsi klasik peneliti menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan dibantu menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam mengukur

validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sample (Ghozali, 2021:66).

Dasar pengambilan keputusan dapat dikatakan valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan dikata tidak valid apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n - 2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0.05$ jadi nilai df = 30 - 2 = 28 sehingga diperoleh r table sebesar 0,374.

Berdasarkan hasil uji olah data dapat diketahui hasil uji dari variabel kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai R hitung mempunyai nilai yang lebih besar dari R tabel. Maka item-item semua variabel tersebut dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach alpha* (a) dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian (Darma, 2021:17).

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

No.	Variabel	Nilai Cronbach alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,782	Reliabel
2.	Harga	0,775	Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen	0,865	Reliabel

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel tersebut hasil uji olah data spss, reliabilitas dari variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen memberikan masing-masing nilai koefisien Cronbach alpha yang lebih dari 0,5 (Darma, 2021:17). Maka variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2021:196).

Keputusan dasar yang diambil adalah apabila nilai signifikan > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, begitu juga sebaliknya jika nilai signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Sminov* untuk masing-masing variable.

Tabel 2
 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
 Unstandardized Residual

N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.44008166
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.069
	Positive	.065
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis uji normalitas data dengan menggunakan Kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai $0,200 > 0,05$. Demikian residual data regresi telah memenuhi asumsi normalitas atau memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak didalam model regresi yang digunakan, dengan dasar keputusan yaitu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi adalah menganalisis perhitungan nilai tolerance dan VIF (Ghozali, 2021:157).

Dilihat dari nilai tolerance dan lawannya, *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh varabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah = nilai VIF tinggi ($VIF=1/tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.201	1.808		-.111	.912		
TX_1	.204	.091	.428	2.258	.032	.409	2.445
TX_2	.312	.149	.397	2.093	.046	.409	2.445

a. Dependent Variable: T_KEPUASAAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Dari hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai tolerance $0,409 > 0,10$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Dan hasil perhitungan VIF adalah $2,445 < 10,0$. Sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk dan Harga menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain didalam model regresi yang digunakan. Dengan dasar keputusan yaitu jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, dimana model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas (Ghozali, 2021).

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah pada angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut (Sugiyono, 2015) bahwa “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berikut persamaan regresi linear berganda :

$$Y^1 = b^1 X_1 + b^2 X_2 + a$$

Dimana :

Y : Variabel Kepuasan Konsumen

a : Konstanta, nilai Y apabila $X_1=X_2=0$

- b^1b^2 : Koefisien regresi linier berganda
- X_1 : Variabel Kualitas Produk
- X_2 : Variabel Harga

Tabel 4
 Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standar	t	Sig.
		B	Std. Error	dized Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-.201	1.808		-.111	.912
	KUALITAS PRODUK	.204	.091	.428	2.258	.032
	HARGA	.312	.149	.397	2.093	.046

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai a) sebesar - 0,201 dan kualitas produk (b1) sebesar 0,204 sementara harga (b2) 0,312. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = - 0,201 + 0,204 X_1 + 0,312 X_2 + e$$

Yang artinya:

- a. Nilai (a) = - 0,201 merupakan nilai konstanta. Apabila kualitas produk dan harga dianggap nol, maka kepuasan konsumen di Kedai *Up Chicken Gudo* mengalami penurunan sebesar 0,201.
- b. Nilai (b1) = 0,204 merupakan koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_1). Apabila variabel kualitas produk mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen di Kedai *Up Chicken* juga meningkat sebesar 0,204.
- c. Nilai (b2) = 0,312 merupakan koefisien regresi untuk variabel harga (X_2). Apabila variabel harga mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen di Kedai *Up Chicken* juga meningkat sebesar 0,321.

Uji Hipotesis
Uji t dan Uji F

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis pengaruh antaramasing-masing variabel bebasnya (X) secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat (Y). Dimana : Jika nilai t hitung > t tabel, maka H1 diterima dan Jika nilai t hitung < t tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan data output pada tabel diatas koefisien dari uji-t diatas dan membandingkan t hitung dengan t tabel sebesar 1,703 yang diperoleh dari tabel t dengan $df = n - k$ (30-3) yaitu 27 dan alpha 0,05. Berikut pembahasan dari uji parsial antara variabel kualitas produk, harga, terhadap kepuasan konsumen Kedai *Up Chicken* Gudo Jombang.

- 1) Kualitas Produk (X1) memiliki t hitung sebesar 2.258 lebih dari t table sebesar 1,703 dan memiliki nilai signifikan 0,032 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Gudo Jombang.
- 2) Harga (X2) memiliki t hitung sebesar 2.093 lebih dari t tabel sebesar 1,703 dan memiliki nilai signifikan 0,046 kurang dari 0,05. Dengan demikian variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Gudo Jombang.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Dimana jika nilai signifikan $F < 0,05$ atau jika F hitung > F tabel maka H1 diterima Ho ditolak. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ atau F hitung < F tabel maka Ho diterima H1 ditolak (Ghozali, 2021).

Tabel 6
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.225	2	45.613	20.478	.000 ^b
	Residual	60.141	27	2.227		
	Total	151.367	29			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil output diatas menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 20.478 lebih dari f tabel 3,354 (yang didapatkan dari $df_1 = k - 1$ (3-1) yaitu 2 dan $df_2 = n - k$ (30-3) yaitu 27) dan nilai signifikan 0,00 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Gudo Jombang.

Koefisien Determinasi R²

Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mencari varian variable tertentu terhadap varian variable lain. Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah ditentukan dan selanjutnya dikalikan dengan 100% (Ghozali, 2021).

Tabel 7
 Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.573	1.492

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas nilai yang dijadikan acuan koefisien determinasi adalah nilai pada adjusted R square yaitu sebesar 57,3% artinya variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 57,3% sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Artinya, perubahan dalam kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Kualitas produk memiliki beberapa unsur seperti tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa yang baik dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Rata-rata terendah yang diperoleh indikator suasana aroma dengan pernyataan “saya tertarik dengan aroma dari produk Kedai *Up Chicken*”. Artinya ketertarikan konsumen pada aroma produk Kedai *Up Chicken* kurang, sehingga Kedai *Up Chicken* dianjurkan untuk menambahkan atau mengkombinasikan rempah-rempah atau bumbu lain pada produk sehingga memicu aroma yang dapat menarik perhatian konsumen. Sedangkan rata-rata tertinggi yang diperoleh indikator tekstur dengan pernyataan “Saya merasa senang dengan tekstur produk di *Kedai Up Chicken*”. Artinya tekstur dari produk dinilai sudah maksimal dan membuat konsumen merasa puas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kusuma et al., 2019) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen KOI Thé. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rabiah, 2020) bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Nesmilo Samarinda.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang

Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Artinya apabila harga meningkat maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Kedai *Up Chicken* Jombang. Indikator yang terdapat dalam harga seperti keterjangkauan, kesesuaian, dan daya saing dapat mempengaruhi kepuasan konsumen contohnya harga produk yang standart di pasaran dan terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang cukup baik dapat membuat konsumen merasa puas.

Rata-rata terendah yang diperoleh indikator daya saing dengan pernyataan “kualitas yang diberikan Kedai *Up Chicken* bisa bersaing dengan pesaing lainnya”. Artinya harga masih belum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan untuk bisa menyaingi produk serupa yang beredar di pasaran secara maksimal. Sedangkan rata-rata tertinggi yang diperoleh indikator daya saing dengan pernyataan “harga yang diberikan Kedai *Up Chicken* bisa bersaing dengan pesaing lainnya”. Artinya harga yang diberikan terjangkau sehingga masih bisa bersaing dengan produk yang sama di pasaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan (Slamet Widodo, S.E., M.M., 2021) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Molivia Cafe. Penelitian yang dilakukan bahwa (Santoso, 2019) harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Geprek Benu Rawamangun.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang

Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Artinya kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi secara bersama terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Ini dapat direalisasikan dengan antar indikator masing-masing variabel. Misalkan kualitas produk memiliki indikator rasa, harga dengan indikator kesesuaian dan kepuasan konsumen dengan indikator minat berkunjung kembali. Ketika rasa dari produk yang dihasilkan sesuai minat pembeli dan harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan maka konsumen kemungkinan berminat untuk berkunjung kembali ke Kedai *Up Chicken*.

Rata-rata terendah yang diperoleh indikator minat berkunjung kembali dengan pernyataan “saya akan membeli lagi produk Kedai *Up Chicken*”. Artinya konsumen merasa kurang puas dengan sajian produk yang diberikan sehingga kemungkinan kecil konsumen berminat membeli produk Kedai *Up Chicken* kembali. Sedangkan rata-rata tertinggi yang diperoleh indikator kesediaan merekomendasikan pada orang lain dengan pernyataan “saya akan merekomendasikan Kedai *Up Chicken* kepada orang lain (teman, kerabat, sahabat)”. Artinya konsumen bersedia merekomendasikan produk Kedai *Up Chicken* kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Doodoh et al., 2020) bahwa secara simultan menunjukkan kualitas produk, keberagaman produk, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kios Pelangi Wakeke. Penelitian yang dilakukan (Nugroho & Saryanti, 2019) bahwa

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Bakso dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kedai Up Chicken Gudo Jombang) dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kedai *Up Chicken* Jombang berdasarkan dari hasil uji t (parsial) untuk variabel Kualitas Produk (X1) memiliki t hitung sebesar 2.258 lebih dari t table sebesar 1,703 dan memiliki nilai signifikan 0,032 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Artinya, perubahan dalam kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Kualitas produk memiliki beberapa unsur seperti tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa yang baik dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen berdasarkan dari hasil uji t (parsial) untuk variabel harga (X2) memiliki t hitung sebesar 2,093 lebih dari t tabel sebesar 1,703 dan memiliki nilai signifikan 0,046 kurang dari 0,05. Dengan demikian variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Artinya apabila harga meningkat maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Kedai *Up Chicken* Jombang.

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Kedai *Up Chicken* Jombang berdasarkan dari hasil uji f diatas menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan harga secara simultan diperoleh nilai f hitung > f tabel yaitu sebesar $20.478 > 3,354$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang. Artinya kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi secara bersama terhadap kepuasan konsumen pada Kedai *Up Chicken* Jombang.

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk Kedai *Up Chicken* Jombang antara lain; Kedai *Up Chicken* sebaiknya memberikan tambahan rempah-rempah atau bumbu terhadap produk untuk menciptakan aroma yang dapat menarik minat dan perhatian konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap produk Kedai *Up Chicken*. Kedua, memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan agar Kedai *Up Chicken* bisa bersaing dengan produk lain di pasaran. Ketiga, lebih memperhatikan dan memaksimalkan kualitas produk dan memberikan harga yang sesuai agar konsumen tetap berminat untuk membeli kembali produk Kedai *Up Chicken*.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validasi,Uji*

Realiabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2) (Guepedia/BR (ed.); 1st ed.). Guepedia.

- Doodoh, V. G. M., Soegoto, A. S., & Rantung, M. C. (2020). Analisis Kualitas, Keberagaman Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rm. Kios Pelangi Wakeke. *Jurnal EMBA*, 8(3), 444–452.
- Efendi, M. J., & Widyastuti, D. iriandha. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Usaha Cuci Mobil “Salem” Desa Sumokembangri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 447–457. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.103>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Fauzi, E., & Bustami, S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Jombang Satu) PENDAHULUAN Berkembangnya dunia perekonomian yang semakin maju mengakibatkan terjadinya perubahan terhadap perilaku konsumen dalam meme. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 1, 278–290.
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (1970). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2), 178–187.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kusuma, L., Sahetapy, L., & Hum, M. (2019). *Konsumen Pada Koi Thé Di Surabaya*. 7.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Noor, F., Utari, W., & Mardi W., N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 581–594. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.374>
- Nugroho, D. S., & Saryanti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bakso Dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 151–163.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 3(1), 11.

<https://doi.org/10.52429/smj.v3i1.630>

- Rabiah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 65. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.3259>
- Ramayana Munthe, M., & SeriIdahnaita Ginting, R. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan. *Jurnal Teknovasi*, 08(18), 100–118. www.rajaharga.com
- Rohmad Prio Santoso. (2024). Pengaruh dimensi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan rawon gagal khusus trenggalek jawa timur. *Jurnal kemanusiaan dan studi sosial*, 2 (01), 249–257. Diambil dari <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/article/view/262>
- Rustiana, & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 25–43.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, S. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue Xyz Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(4), 103–112. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i4.4997>
- Slamet Widodo, S.E., M.M., M. B. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(1), 2013–2015.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (21st ed.). CV. ALFABETA Bandung.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d* (Sutopo (ed.); 3rd ed.). CV. ALFABETA Bandung.
- Suyono, Halim, M. P., Mukhsin, & Akri, P. (2020). Analysis Of The Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Costumer Satisfaction At Mcdonald's Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(1), 70–84.