
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AROMA BAKERY DAN CAKE SHOP GUNUNG TUA

Halimah Safitry Al-Fauziah¹, Rahmi Syahriza², Muhammad Syahbudi³

Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: safitry13112001@gmail.com

*Corresponding author: safitry13112001@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 22-02-2024

Revisi: 25-02-2024

Disetujui: 03-03-2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Survei ini melibatkan 138 pelanggan Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. Teknik analisis data penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga semuanya mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga semuanya mempunyai pengaruh positif dan besar terhadap kepuasan pelanggan Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. Kualitas produk, kualitas layanan, dan harga merupakan faktor paling penting dalam menentukan kebahagiaan konsumen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan harga pengaruhnya sebesar 58% terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen akan semakin baik. Dan apabila konsumen senang dengan barang tersebut maka ia akan bersedia melakukan pembelian ulang.

Kata Kunci: Produk, Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen dan Aroma Bakery dan Cake Shop

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality, service quality, and price on consumer satisfaction at Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. This research uses a quantitative descriptive approach. This survey involved 138 customers of Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. The findings of this research show that product quality, service quality, and price all have a positive and significant influence on consumer satisfaction. Product quality, service quality, and price all have a positive and large influence on customer satisfaction at Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. Product quality, service quality, and price are the most important factors in determining consumer happiness. The results of this study stated that product quality, service quality, and price had an effect of 58% on consumer satisfaction. The greater the influence of each variable on consumer satisfaction, the better consumer satisfaction will be. And if the consumer is happy with the item, he will be willing to make a repeat purchase.

Keywords: *Products, Services, Prices, Customer Satisfaction, and Aroma Bakery and Cake Shop*

PENDAHULUAN

Industri makanan atau dikenal juga dengan bidang kuliner merupakan salah satu industri yang saat ini paling aktif berkembang dan banyak persaingan di kalangan pelaku bisnis. Munculnya banyak perusahaan di industri kuliner yang serupa namun dengan harga yang berbeda-beda dan pelayanan yang bervariasi merupakan tanda persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu para pelaku usaha harus mampu mengembangkan cara-cara yang bisa memikat konsumen untuk membeli dan memakai produk yang sudah ada jika ingin memenangkan persaingan bisnis kuliner. Pelaku bisnis juga harus terus berinovasi dan berubah sembari memberikan layanan pelanggan sebaik mungkin untuk memastikan pelanggan puas dengan barang yang dibelinya.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang harus di perhatikan setiap perusahaan terkhusus usaha di bidang kuliner. Perusahaan yang menjalankan bisnis juga akan mendapatkan banyak keuntungan dari pelanggan yang puas. Pelanggan dapat merasa senang dan puas sehingga akan lebih besar kemungkinannya untuk membeli lagi barang yang dijual. Kepuasan juga akan menggerakkan iklan melalui komunikasi lisan yang bermanfaat. Kepuasan pelanggan juga berbeda karena berfluktuasi seiring waktu tergantung pada seberapa puas pelanggan terhadap suatu barang atau jasa.

Adapun tempat penelitian ini berlokasi di Gunung tua. Fenomena banyaknya bisnis kuliner di Gunung Tua di mulai dari skala yang kecil sampai dengan besar. Mulai dari warung-warung, rumah makan, cafe serta toko roti. Semakin populernya industri kuliner ini, semakin banyak pula persaingan yang dihadapi. Dan yang menjadi fokus penelitian ini ada usaha bakery. Karena dengan bertambahnya usaha bakery maka persaingan juga akan bertambah.

Pemilik bisnis di industri kita harus memperhatikan aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penawaran kita. Hal ini akan menjadi tolak ukur kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi kembali barang yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller, berbagai aspek mempengaruhi kebahagiaan konsumen, antara lain kualitas produk, harga, kualitas layanan, pertimbangan emosional, dan biaya. Rangkuti (2006). Kualitas produk berdampak pada keberhasilan suatu perusahaan, khususnya di industri kuliner, dengan menghasilkan kebahagiaan konsumen setelah dikonsumsi. Kualitas produk mengacu pada keseluruhan rangkaian kualitas dan karakteristik produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen. Artinya barang yang tersedia juga menentukan kualitas sehingga mempengaruhi kesenangan konsumen. (Suryani, 2021)

Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua yang menjadi objek penelitian, dari hasil wawancara beberapa pelanggan mengatakan bahwasanya produk yang disediakan oleh tempat tersebut berubah setiap minggunya baik itu dari segi rasa atau teksturnya. Selain itu dalam hal kualitas pelayanan beberapa pelanggan mengaku masih belum puas dengan pelayanan yang

telah diberikan kepada mereka. Selain itu, harga yang diberikan oleh pihak-pihak tersebut kurang sesuai bagi konsumen karena lebih mahal dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh toko lain. Dan penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk peneliti, tempat yang diteliti serta untuk menjadi bahan pembelajaran kedepannya.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Produk

Landasan kesuksesan setiap perusahaan adalah kualitas produknya. Merek bereputasi akan diperkuat, kebahagiaan dan loyalitas konsumen akan meningkat dengan barang berkualitas. Pengalaman pengguna lengkap suatu produk, yang mencakup desain, keandalan, keamanan, dan layanan pelanggan, sama pentingnya dengan kemampuan teknis dan fungsionalitasnya. Kualitas produk merupakan hasil dari produk yang telah dibuat apakah sudah sesuai dengan spesifikasi konsumen atau belum.

Kualitas Pelayanan

Membangun pengalaman hebat dan hubungan pelanggan yang kuat sangat bergantung pada penyediaan layanan berkualitas tinggi. Hal ini juga memerlukan kemampuan untuk dengan cepat dan efektif mengatasi masalah atau pertanyaan apa pun dari pelanggan dan menawarkan bantuan yang memadai sepanjang prosesnya. Kualitas pelayanan bisa dilihat dari bagaimana pelayanan yang di berikan apakah sudah bagus atau tidak apakah sudah sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak.

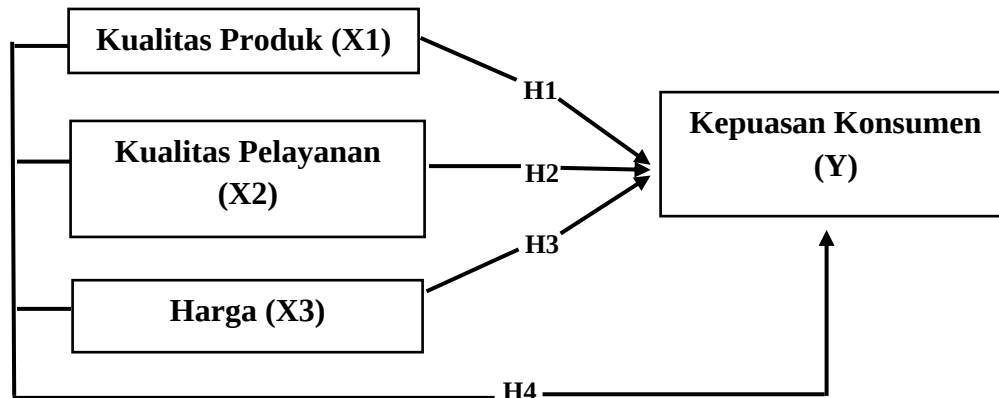
Harga

Harga juga bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti persaingan pasar, tingkat permintaan dan kondisi ekonomi. Harga adalah salah satu elemen utama dalam mekanisme pasar karena membantu menentukan apa yang akan diterima oleh penjual dan apa yang akan dibayar oleh pembeli. Harga lebih dari sekedar angka atau biaya yang ditampilkan pada suatu barang atau jasa; itu juga mengungkapkan pendapat pembeli tentang nilai barang atau jasa. (Mujito, 2023)

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah hal yang harus bisa dipenuhi oleh setiap bisnis, karena dengan terpenuhinya hal tersebut maka bisnis yang digeluti juga akan terus berjalan. Tingkat kenikmatan atau kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah mereka menggunakan barang atau jasa suatu perusahaan dikenal sebagai kepuasan konsumen. Ini bukan hanya tentang apakah barang atau jasa tersebut memenuhi harapan klien ini juga tentang seberapa baik ia berhasil melampaui ekspektasi tersebut.

Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

Perumusan Hipotesis

Hipotesis penelitian juga diajukan berdasarkan tujuan penelitian, kajian teoritis serta kerangka teoritis. Berikut merupakan hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu :

1. Ha1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua.
2. Ha2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua.
3. Ha3 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua.
4. Ha4 : Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif yang membutuhkan kuesioner sebagai data primer yang diisi oleh pelanggan Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua. Populasinya adalah pelanggan Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua yang berjumlah 209 konsumen. Dalam penelitian ini, jumlah target ditentukan dengan menggunakan pendekatan non-probability sampling. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menerapkan rumus Slovin pada sampel 138 pelanggan. Respon angket akan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,787	6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,799	5	Reliabel
Harga (X3)	0,784	6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,752	7	Reliabel

Nilai Cronbach Alpha yang lebih dari 0,06 menunjukkan bahwa hasilnya dapat dinyatakan reliabel.

2. Uji Normalitas

**Tabel 6 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78867083
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,034
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		1,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,223

Nilai p satu sampel Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,0223 lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data terdistribusi secara teratur.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji di bawah ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Tabel 7 Hasil Uji heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk	0,711	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,690	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	0,282	Tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis ini dikembangkan pada penelitian ini dan dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,788 + 0,296X_1 + 0,245X_2 + 0,529X_3 + e$$

Ketiga faktor tersebut mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen dengan nilai konstanta sebesar 3,788. Nilai koefisien kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga masing-masing sebesar 0,296, 0,245, dan 0,529.

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		Keterangan
		B	Std. Error	
1	(Constant)	3,788	2,071	Positif
	Kualitas Produk	,296	,083	Positif
	Kualitas Pelayanan	,245	,053	Positif
	Harga	,529	,081	Positif

5. Uji Parsial (uji t)

Hasil perhitungan tabel dibawah menunjukkan bahwasanya setiap variabel berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Dengan rumus $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Dengan $t\text{-tabel}$ sebesar 1,977. Adapun variabel paling dominan dihasilkan oleh variabel harga.

Tabel 9 Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	T	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	3,574	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	4.655	0,000	Signifikan
Harga	6,531	0,000	Signifikan

6. Uji Simultan (uji f)

Tabel dibawah menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dengan rumus $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dengan $F\text{-tabel}$ sebesar 2,67.

Tabel 10 Hasil Uji Simultan (uji f)

Model	F	Sig	Keterangan
Regression	61,757	0,000	Signifikan
Residual			
Total			

7. Koefisien Determinasi

Tabel dibawah menunjukkan ketiga variabel secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 58% dan lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,580	,571	1,80858

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 58%, dan variabel yang paling mendominasi yaitu variabel harga. Dan diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi akademis, tempat penelitian serta bisa menjadi panduan

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 2988-1056

Volume: 2 Nomor: 1 (April: 2024) hal: 65-72

untuk penelitian selanjutnya. Serta penelitian ini bisa menjadi pembelajaran bagi bisnis bisnis yang berjalan dibidang yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Aroma Bakery & Cake Shop Gunung Tua yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di situs ini. Ibu Rahmi Syahriza dan Bapak Muhammad Syahbudi, pembimbing skripsi, yang dengan sabar membimbing, mendampingi, berbagi informasi, dan mendukung penulis, serta beberapa pihak lain yang memberikan dukungan moril dan materil yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

REFERENSI

- Haryani, D. S. (2022). *Kualitas Layanan & Harga Terhadap Nilai Pelanggan*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Isnaini, Fitria, Hermain H & Aslami, N. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Pendapatan CV. Sagu Basah Pak Udin Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi Budaya, Teknologi dan Pendidikan*, 2(1), 129-142.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- M.Khoiri, M. d. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 11 No 1, 542-550.
- Mujito, H. M. (2023). *Manajemen Pemasaran Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. Jawa Barat: Edu Publisher.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Arsitektur Usakti*, Volume 7(2), 1-5.
- Nasution, M.I.P & Lisma Yana Siregar. (2022). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Bagi Pengguna Tokopedia Pada Mahasiswa/i Uinsu). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 9(3), 852-862.
- Nurbaiti, N, Naustion, M.I.F, & Octavia, D.R. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fashion Grosir Muslim. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 519-534.

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 2988-1056

Volume: 2 Nomor: 1 (April: 2024) hal: 65-72

- Rahma, Tri Inda Fadhila & R.D. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/i Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 593-604.
- Rahmani, N.A.B & D. B. (2023). Pengaruh Website E-Commerce dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening dan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2667-2673.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Plus Analisis PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sapira, A. D. (2020). SKRIPSI. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Mawar Bakery & Cake Shop Cabang Simalingkar Medan).
- Shah, M.I, Ogya A, & Maulana M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 1-9.
- Suradi. (2019). *Sistem Produksi*. Gowa: CV. Tohar Media.
- Suryani, E. A. (2021). *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian : Daring dan Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Syahnudi, M & Sari, N. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Perpustakaan Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan*, 1(4), 403-410.
- Syahnudi, M, Nurbaiti, N & Aqila F.H.M. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction, Brand Trust dan Image Terhadap Brand Switching ke Provider By. U Dalam Ekonomi Islam. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8694-8706.
- Syahriza, Rahmi, Rahma, T.I.F & Fahira, A. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 247-264.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.