

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KRECEK KRUPUK UYEL UD. SINAR HARAPAN

Yesi Darma Putri
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112
yessydarmaputri19@gmail.com
gesty@unpkediri.ac.id
suhardi19@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022 Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022 Tanggal diterima: 10 September 2022

Abstract

The purpose of this study is to analyze whether there is a significant effect between product quality, promotion and price variables simultaneously or partially on consumer satisfaction at UD Sinar Harapan. The approach used in this research is a quantitative approach and the type of research is causal relationship, the population in this study is all UD customers. Sinar Harapan which is unlimited in number, the sample is determined by 40 respondents who are taken using the sample accidental sampling technique, and the data analysis technique uses the classical assumption test, multiple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing with the SPSSv25 tool. The results showed that product quality, promotion and price had a significant partial or simultaneous effect on consumer satisfaction at UD Sinar Harapan.

Keywords: customer satisfaction, promotion, price, and customer satisfaction.

Abstrak

Tujuan penelitian ini yakni menganalisis apakah terdapat pengaruh signifikan antar variabel kualitas produk, promosi dan harga secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen UD Sinar Harapan. Pendekatan yang dipakai di penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian hubungan kausal, populasi pada penelitian ini yakni seluruh pelanggan UD. Sinar Harapan dengan jumlah tak terbatas, sampel ditentukan sejumlah 40 responden yang diambil dengan memakai teknik *sample accidental sampling*, dan teknik analisis data memakai uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan juga uji hipotesis dengan alat bantu SPSSv25. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan secara parsial juga simultan terhadap kepuasan konsumen UD Sinar Harapan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, promosi, harga, dan kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Pada era perekonomian yang mulai bangkit setelah Covid-19, UMKM merupakan usaha skala mikro yang banyak diminati masyarakat karena bisa meningkatkan perekonomian terutama pada sektor kelas bawah. UMKM kini semakin menjamur dan memiliki persaingan yang ketat terutama di bidang kuliner. Dalam hal ini akhirnya mendorong para pebisnis untuk melakukan inovasi dalam menarik para konsumen agar tertarik membeli produk yang ditawarkan. Inovasi merupakan syarat penting bagi pembisnis terutama pembisnis kuliner agar menarik minat konsumen dalam membeli produknya. Melalui inovasi yang dilakukan oleh para pembisnis kuliner akan lebih berkembang produknya dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Melalui inovasi yang merubah dan meningkatkan produknya menjadi lebih baik lagi setiap saat akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Selain itu, maraknya usaha dalam bidang kuliner inovasi menjadi atribut paling penting dan pegangan bagi para pebisnis dalam menghadapi persaingan sesama pelaku usaha UMKM yang artinya pelaku usaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya juga dalam hal mengembangkan produknya agar konsumen lebih tertarik dalam memilih produk yang ditawarkan tersebut.

Setelah pembelian terhadap suatu produk tujuan dari usaha yakni menciptakan kepuasan di hati para konsumen. Kepuasan konsumen yakni perasaan kecewa / senang setelah membandingkan produk terhadap hasil yang diharapkan [1]. Kinerja produk jika lebih rendah dari harapan para konsumen, mereka akan merasakan ketidakpuasan. Jika konsumen puas setelah memberi produk yang ditawarkan maka konsumen tidak ada ragu membeli kembali atau membeli ulang produk yang telah ditawarkan dan konsumen akan secara sukarela merekomendasikan ke pada orang lain untuk membeli produk yang sama. Kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen pada saat ini. Hal tersebut juga menjadi tujuan dari Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan.

Krupuk Krecek Uyel UD Sinar Harapan merupakan usaha kuliner yang berbekal inovasi dalam bidang makanan di Kota Kediri. Dalam kegiatan operasionalnya dalam sehari-hari Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan menyediakan produk kuliner berupa Krecek Krupuk Uyel dalam bentuk bahan mentah yang siap di goreng sendiri oleh pembelinya. Harga jual produk relatif murah sehingga bisa dijangkau oleh kalangan masyarakat apapun yang ingin mengonsumsi. Masyarakat yang membuat harga sebagai bahan pertimbangan, lebih memilih produk dari UD. Sinar Harapan karena lebih terjangkau dari Krecek Krupuk Uyel dari pabrik lainnya.

Acuan yang menjadi fokus bagi Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan dalam meningkatkan kepuasan konsumennya adalah dengan melakukan peningkatan kualitas produk. Dimana kualitas produk meliputi cita rasa, ukuran, ketahanan produk. Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan bisa dikatakan alternatif kuliner yang menawarkan kualitas produk yang unggul, karena usaha ini telah berdiri sejak 2009 maka bisa dikatakan kualitas pada produk ini telah terbentuk sehingga calon konsumen tidak merasa ragu ketika akan beli produk, harga yang terjangkau dan fasilitas yang lengkap yang bisa menambah kepuasan pelanggan setelah membeli produk Krecek Krupuk Uyel dari UD Sinar Harapan. Pada awalnya UD Sinar Harapan hanya memproduksi krecek krupuk uyel dengan skala kecil yang di brandingkan ke pada para agen penggorengan krupuk, tetapi seiring meningkatnya jumlah permintaan oleh konsumennya akhirnya UD Sinar Harapan memproduksi Krecek Krupuk Uyel dalam skala besar dengan harga terjangkau dan sudah memasarkan ke beberapa daerah.

Faktor yang bisa memuaskan konsumen setelah membeli produk yakni konsumen mendapat kualitas produk yang unggul. Kualitas produk ialah kualitas yang meliputi usaha dalam pemenuhan harapan dari pelanggan [2]. Kualitas produk sangat penting hubungannya terhadap konsumen. Kualitas produk jadi pertimbangan tersendiri bagi para konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik bisa menimbulkan kepuasan bagi konsumen dan mereka bersedia membeli ulang pada produk yang ditawarkan. Juga sebaliknya, apabila konsumen merasa tak puas dalam memberi produk yang telah di tawarkan maka akan tercipta kesan yang buruk sehingga pelanggan tidak tertarik lagi dan tidak akan membeli produk yang ditawarkan.

Selain kualitas produk faktor lainnya yaitu promosi. Promosi juga kontribusi penting bagi berkembangnya usaha. Dalam promosi terbentuk informasi bagi calon konsumen yang belum tau produk yang akan ditawarkan. Promosi yakni komunikasi antara penjual dan pembeli untuk merubah tingkah laku dan sikap pembeli [3]. Promosi yang dilakukan oleh Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan secara langsung dan juga tidak langsung. Promosi secara langsung dilakukan dengan menggunakan personal selling, dan mendatangi tempat agen penggorengan sedangkan pemasaran tidak langsung di lakukan dengan menggunakan social media berupa Facebook. Harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan para konsumen dalam membeli produk. Harga yakni sejumlah uang yang ditukarkan untuk suatu produk / jasa [4]. Konsumen selalu menginginkan dapat produk yang berkualitas sesuai harganya, meski ada beberapa masyarakat berpendapat bahwa produk yang berkualitas yakni produk yang mahal..

Penelitian sebelumnya dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado menyatakan kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan secara parsial juga simultan terhadap kepuasan konsumen [5].

METODE

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian hubungan kausal. Data penelitian ini yaitu data primer dari pendapat responden berdasarkan angket yang disebar peneliti kepada konsumen UD Sinar Harapan. Variable yang dipakai yaitu kualitas produk, promosi dan harga. Teknik analisis pakai uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis SPSSv25 dari item dalam angket dapat diuraikan:

Tabel 1. UjiValiditas

Variabel Penelitian	Item	rhitung	rtabel	Ket.
Kualitas Produk	1	0,75	0,32	Valid
	2	0,748	0,32	Valid
	3	0,723	0,32	Valid
	4	0,719	0,32	Valid
	5	0,662	0,32	Valid
	6	0,592	0,32	Valid
Promosi	1	0,82	0,32	Valid
	2	0,773	0,32	Valid
	3	0,667	0,32	Valid
	4	0,737	0,32	Valid
	5	0,841	0,32	Valid
	6	0,747	0,32	Valid
Harga	1	0,754	0,32	Valid
	2	0,734	0,32	Valid
	3	0,65	0,32	Valid
	4	0,742	0,32	Valid
	5	0,85	0,32	Valid
	6	0,689	0,32	Valid
Kepuasan Konsumen	1	0,727	0,32	Valid
	2	0,691	0,32	Valid
	3	0,672	0,32	Valid
	4	0,783	0,32	Valid
	5	0,735	0,32	Valid
	6	0,84	0,32	Valid

Sumber: SPSSv25

Hasil SPSSv25, rhitung dari item pernyataan > rtabel 0,32 sehingga semua item pernyataan dikatakan valid.

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji-normalitas dari *output* SPSSv25, data menyebar mengikuti arah diagonal dan sekitarnya. Berarti variabel-variabel tersebut terdistribusi secara normal.

Berdasarkan *output* SPSSv25 menunjukkan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 pada seluruh variabel bebas, maka regresi bebas dari kesalahan multikolinearitas.

Hasil uji-heteroskedastisitas dari *output* SPSSv25 menunjukkan titik-titik menyebar di atas dan dibawah sumbu y, artinya model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Berikut adalah hasil analisisnya:

Tabel 2. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	6,134	3,059
1 Kualitas Produk	0,193	0,08
Promosi	0,305	0,1
Harga	0,759	0,101

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: SPSSv25

Berdasarkan tabel 2, konstanta sebesar 6,134 artinya semua variabel bebas berhubungan positif terhadap variabel terikat. Koefisien regresi X1 0,193 berarti setiap peningkatan kualitas produk secara positif naik satu satuan maka variabel X1 mempengaruhi kepuasan konsumen 0,193 jika variabel lainnya konstan. Koefisien regresi X2 0,305 berarti setiap peningkatan promosi secara positif naik satu satuan maka variabel X2 mempengaruhi kepuasan konsumen 0,305 jika variabel lainnya konstan. Koefisien regresi X3 0,759 berarti setiap peningkatan harga secara positif naik satu satuan maka variabel X3 mempengaruhi kepuasan konsumen 0,759 jika variabel lainnya konstan.

Koefisien Determinasi

Hasil analisisnya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,910 ^a	0,828	0,814	1,358	2,262

Sumber: SPSSv25

Berdasarkan tabel 3, nilai adjusted r square 0,814. Berarti besar kualitas produk, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu 81,4%, ada variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen 18,6%, namun tidak diteliti di penelitian ini.

Uji-t (Parsial)

Berikut hasil analisisnya:

Tabel 4. Hasil Uji-t

Model	t	Sig.
(Constant)		
1 Kualitas Produk	2,406	0,021
Promosi	3,051	0,004
Harga	7,548	0,000

Sumber: SPSSv25

Berdasarkan tabel 4. diketahui nilai sig variabel X1 yaitu $0,021 < 0,05$, jadi H_0 ditolak. Artinya, berpengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, nilai sig variabel X2 yaitu $0,004 < 0,05$, jadi H_0 ditolak. Artinya, berpengaruh signifikan promosi terhadap kepuasan konsumen, nilai sig variabel X3 yaitu $0,000 < 0,05$, jadi H_0 ditolak. Artinya, berpengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

Uji-f (Simultan)

Berikut hasil analisisnya:

Tabel 5. Hasil Uji-f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regressi	319,952	3	106,651	57,803	,000 ^b
1 Residu	66,423	36	1,845		
Total	386,375	39			

Sumber: SPSSv25

Berdasarkan tabel 5, nilai sig. $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak, maka secara simultan variabel kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengujian H_1 membuktikan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan diperoleh taraf sig. $0,021 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak. Pengujian membuktikan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, UD Sinar Harapan mampu memenuhi kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen, sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen saat melakukan pembelian krecek krupuk uyel di UD Sinar Harapan. Penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado, yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [5].
2. Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen, pengujian H_2 membuktikan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan diperoleh taraf sig. $0,004 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak. Pengujian membuktikan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, UD Sinar Harapan mampu melakukan promosi dengan baik, sehingga konsumen mendapatkan informasi berharga tentang krecek krupuk uyel dan menciptakan persepsi positif pada konsumen sehingga bisa meningkatkan kepuasannya. Selain itu, dengan dilakukannya promosi terus menerus konsumen akan merasa puas dan diperhatikan oleh UD Sinar Harapan. Penelitian ini sama seperti penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado, yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [5].
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, pengujian H_3 membuktikan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan diperoleh taraf sig. $0,000 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak. Pengujian membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya harga yang ditentukan oleh UD Sinar Harapan mampu menciptakan rasa kepuasan konsumen, karena harga yang ditawarkan dan kualitas produk yang diberikan seimbang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado, yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [5].
4. Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen, pengujian H_4 membuktikan secara simultan kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji pada tabel 5, nilai sig. Uji F $0,000 < 0,05$ jadi bisa dikatakan secara simultan kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,814 artinya 81,4% kepuasan konsumen menjelaskan ketiga variabel bebas diatas sedangkan sisanya 18,6% dijelaskan faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini. Dari variabel bebas tersebut, variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen yakni harga karena memiliki nilai tertinggi pada Unstandardized Coefficients Beta sebesar 0,759. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado, menyatakan bahwa kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen [5].

KESIMPULAN

Hasil uji diatas kesimpulannya yakni secara parsial dan simultan variabel kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan UD Sinar Harapan mampu memenuhi kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen, sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen saat melakukan pembelian krecek krupuk uyel di UD Sinar Harapan, UD Sinar Harapan mampu melakukan promosi dengan baik, sehingga konsumen mendapatkan informasi-informasi berharga tentang krecek krupuk uyel serta menciptakan persepsi positif dimata konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dan harga yang ditentukan oleh UD Sinar Harapan mampu menciptakan rasa kepuasan konsumen, karena harga yang ditawarkan dan kualitas produk yang diberikan seimbang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, serta hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk meningkatkan kualitas produk, promosi dan harga agar kepuasan konsumen semakin meningkat, sehingga konsumen akan loyal terhadap UD Sinar Harapan. Selain itu pihak UD Sinar Harapan diharapkan dapat memaksimalkan dalam pembuatan krupuk uyel sehingga kualitas produknya akan semakin baik, dapat meningkatkan intensitas penawaran / promosi kepada konsumen, dapat memberikan potongan harga atau diskon kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak, serta memaksimalkan dalam hal pelayanan saat konsumen melakukan pembelian ke UD Sinar Harapan agar konsumen merasa puas dan membeli produk secara berulang – ulang.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan jembatan untuk melakukan penelitian selanjutnya khususnya di bidang kajian yang sama yaitu kualitas produk, promosi dan harga. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mencari permasalahan baru dan memperluas variabel agar lebih akurat lagi. Variabel lain yang bisa dipakai untuk penelitian selanjutnya yaitu kualitas pelayanan karena variabel tersebut berkaitan dengan kepuasan konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kotler, Keller. Manajemen Pemasaran. 13th ed. Jakarta: Erlangga; 2014.
- [2] Tjiptono F, Anastasia. Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Yogyakarta: ANDI; 2016.
- [3] Laksana MF. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar; 2019.
- [4] Kotler, Amstrong. Prinsip-prinsip Marketing. 7th ed. Jakarta: Salemba Empat; 2018.
- [5] Gerung CJ, Sepang J, Loindong S. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 2017;5.