

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PIZZA HUT DI KOTA BEKASI

¹ Christera Kuswahyu Indira

² Budi Utami

¹ Universitas Gunadarma, christera@staff.gunadarma.ac.id

² Universitas Gunadarma, budi_utami@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan konsumen dapat menjaga hubungan antara perusahaan dengan konsumen yaitu konsumen akan melakukan pembelian kembali dan memberikan rekomendasi yang baik sehingga berpengaruh terhadap peningkatan penjualan perusahaan, namun semakin banyaknya pesaing sejenis membuat perusahaan harus lebih mampu mengembangkan strategi untuk dapat mempertahankan kepuasan konsumen sehingga tidak ditinggal oleh konsumen, dengan memberikan harga yang kompetitif, kualitas produk dengan mutu terjaga dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut secara parsial. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring terhadap 100 responden yang pernah mengonsumsi Pizza Hut secara langsung. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis uji partial dan koefisien determinasi dengan menggunakan alat bantu software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil temuan menegaskan bahwa perusahaan dapat memahami perilaku dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan melakukan strategi pemasaran yang berorientasi kepada konsumen yaitu harga, kualitas produk dan pelayanan sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang dan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, memunculkan perusahaan-perusahaan baru sehingga menimbulkan persaingan dan menjadi tantangan bagi perusahaan. Perusahaan saling berlomba menciptakan produk baru dengan berinovasi untuk bisa bersaing, kemunculan beragam bentuk bisnis selain menjadi tantangan juga merupakan ancaman bagi pelaku usaha.

Faktor penting dalam penjualan, didalam menarik minat konsumen antara lain adalah harga, suatu produk akan menarik perhatian konsumen apabila harganya bisa bersaing.

Penetapan harga harus sesuai dengan daya beli konsumen, agar konsumen mampu membeli produk tersebut. Bisnis makanan juga harus memiliki kualitas produk yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Konsumen tentu memilih produk yang terjamin kualitasnya, dengan harga terjangkau, tetapi, tidak menutup kemungkinan konsumen rela mengeluarkan biaya lebih untuk produk yang sudah jelas baik kualitasnya. Selain harga dan kualitas produk, faktor penting lainnya dalam meningkatkan daya saing adalah pelayanan. Pelayanan merupakan suatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen.

Keinginan konsumen selalu berubah sehingga perusahaan harus bisa mengikuti keinginan konsumen dengan cara memberikan pelayanan terbaik. Dengan melakukan analisa melalui harga, kualitas produk dan pelayanan bisa mengukur kepuasan seorang konsumen atas produk yang telah dipakainya.

Salah satu perusahaan makanan yang memperhatikan faktor harga, kualitas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah Pizza Hut. Pizza Hut merupakan restoran pizza pertama di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1984. Restoran asing di Indonesia yang menjadikan pizza sebagai objek konsumsi utama dipelopori oleh Pizza Hut. Dibawah ini Persentase Top Brand Award kategori restoran pizza di Indonesia:

Walaupun persentase yang dialami Pizza Hut setiap tahunnya mengalami penurunan tetapi Pizza Hut selalu menduduki peringkat paling atas di Top Brand Award kategori restoran Pizza. Berarti konsumen tetap menjadikan Pizza Hut sebagai restoran pizza yang paling digemari dan unggul dibanding pesaing. Pizza Hut selalu berusaha memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan terbaik kepada konsumen, sehingga walaupun harga lebih mahal dibanding pesaing Pizza Hut tetap digemari. Semakin banyak konsumen yang datang laba yang diperoleh akan semakin besar, sehingga restoran ini terus berupaya meningkatkan kepuasan konsumen, yang berdampak secara terus menerus terhadap peningkatan penjualan produk seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen.

Harga memiliki peranan krusial bagi konsumen pada pertimbangan melakukan proses pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2013) harga yaitu sejumlah uang yang dibebankan pada barang atau jasa menurut nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-

manfaat lantaran mempunyai atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Penetapan harga pada suatu produk ditinjau menurut baku kualitas produk yang didapatkan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan wajib memilih harga sinkron menggunakan daya beli konsumen dan kualitas kuliner yang disajikan. Menurut Assauri (2015), kualitas produk merupakan kemampuan menurut suatu merek atau produk eksklusif pada melaksanakan fungsi yang diperlukan dan menjadi bahan dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia. Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan merupakan taraf keunggulan yang dibutuhkan dan pengendalian atas taraf keunggulan dalam memenuhi keinginan konsumen.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini :

H1: Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H2: Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

H4: Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam data numerik, untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data, yaitu menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pizza Hut. Penelitian ini menggunakan data primer, dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang mengkonsumsi Pizza Hut di Bekasi.

Populasi dan Sampel

Sampel sebanyak 100 responden disebarkan kepada konsumen yang pernah mengkonsumsi Pizza Hut di Bekasi. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti dan untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba.

Teknik Pengambilan Sampling

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability dengan metode purposive sampling. Kriteria utama pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah yang sudah pernah mengkonsumsi Pizza Hut di Bekasi.

Metode pengumpulan data

Dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring kepada masyarakat yang mengkonsumsi Pizz Hut. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui google form, tautan dikirim melalui media sosial dan penyebaran kuesioner di wilayah Bekasi.

Alat Analisis

Pada penelitian ini alat analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, uji model, uji partial dan uji koefisien determinasi (R^2).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah terdapat masalah-masalah asumsi klasik di dalam model regresi, dua yang dilakukan di dalam uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas.

Uji Kelayakan Model (Goodness of fit)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Apabila nilai F hitung $>$ F tabel dan probabilitas signifikansi $<$ 0.05, maka model

regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji parsial (Uji T)

Uji partial untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen berpengaruh secara parsial atau terpisah. Adapun kriterianya sebagai berikut: H_0 diterima apabila t hitung $<$ t tabel pada $\alpha = 5\%$. H_1 diterima apabila t hitung $>$ tabel pada $\alpha = 5\%$

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi *variable independent*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, sebagai syarat yang akan dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak.

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar 1 menunjukkan titik-titik (data plotting) penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Pengujian normalitas menggambarkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari multikolinieritas.

Berdasarkan Tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala multikolinieritas, karena hasil uji multikolinieritas memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai Tolerance diatas 0.10.

Uji Kelayakan Model (Goodness of fit), Uji Partial dan Uji Koefisien Determinasi

Hasil pengujian dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 dari proses olah data, rangkuman hasil pengujian yang digunakan dalam pengujian kelayakan model, uji partial dan uji koefisien determinasi.

Uji kelayakan model

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu model regresi dalam memprediksi variabel dependen dengan menggunakan uji Anova. Hasil tersebut dapat diketahui nilai signifikan 0,000, maka diperoleh nilai sig < 0,05, probabilitas signifikansi tersebut kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam penelitian ini merupakan penjelas nyata pada variabel kepuasan konsumen dan menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan pada penelitian.

Uji Parsial (Uji t)

Dari hasil pengujian harga memiliki nilai t-Hitung 2,610 dengan signifikan 0,011. Signifikan < 0,05 berarti hipotesa diterima, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Maramis, Sepang & Soegoto, 2018; Santoso, 2019).

Konsumen Pizza Hut pada harga terhadap kepuasan konsumen meningkat, dikarenakan harga yang ditawarkan pizza hut cukup terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Dari hasil pengujian Kualitas Produk memiliki nilai t-Hitung sebesar 5,569 dengan tingkat signifikan 0,000. Signifikan < 0,05 berarti hipotesa diterima, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Maramis, Sepang & Soegoto, 2018; Widodo, 2016), namun berlawanan dengan penelitian (Santoso, 2019). Konsumen pizza Hut pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen meningkat, dikarenakan memiliki produk yang menarik dengan berbagai macam variasi produk.

Dari hasil pengujian Kualitas Pelayanan memiliki nilai t-Hitung sebesar 6,911 dengan tingkat signifikan 0,000. Signifikan < 0,05 berarti hipotesa diterima, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maramis, Sepang & Soegoto, 2018; Santoso, 2019; Widodo, 2016). Konsumen pizza Hut pada pelayanan terhadap kepuasan meningkat dikarenakan pelayanan baik dan memuaskan konsumen.

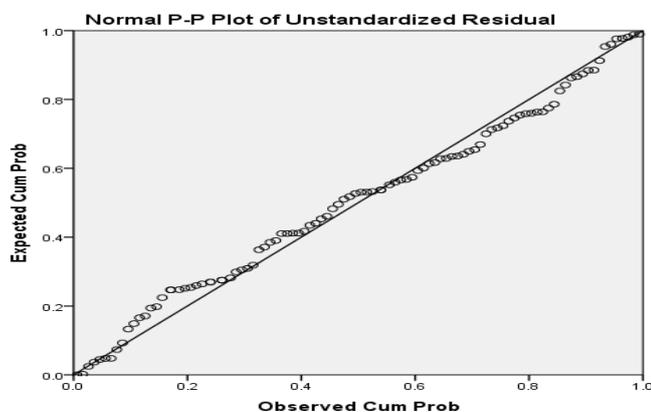
Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa Hasil R² sebesar 0,620 jadi dapat disimpulkan bahwa variabel terikat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 62%, sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti promosi dan citra merek.

Tabel 1.
Persentasi Top Brand Award Kategori Restoran Pizza

No	Merek	TBI			
		2016	2017	2018	2019
1	<i>Pizza Hut</i>	86,9%	83,7%	76,2%	48,7%
2	Domino's Pizza	9,0%	9,3%	8,9%	14,2%
3	Papa Ron's	1,8%	1,6%	3,8%	8,8%

Sumber: www.topbrand-award.com



Sumber: Data diolah.

Gambar 1 Uji Normalitas

Tabel 2.
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga	.756	1.322
Kualitas Produk	.756	1.322
Pelayanan	.756	1.322

Sumber: Data diolah.

Tabel 3.
Rangkuman Hasil Pengujian

Variabel	B	t-Hitung	Sig	Kesimpulan
Harga	0,200	2,610	0,011	Signifikan
Kualitas Produk	0,314	5,569	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,487	6,911	0,000	Signifikan

Rsquare = 0,632
F Hitung = 54,851
Sig F = 0,000

Sumber: Data diolah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Pizza Hut* di

Bekasi. Produk yang disukai dan dapat menjadi unggulan di antara produk sejenisnya, membuat para pelaku usaha melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan kepuasan konsumen untuk meningkatkan penjualannya,

dengan memperhatikan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian dalam penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya kepuasan konsumen agar konsumen tidak pindah ke pesaing. Penelitian selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan atau menambah variabel-variabel lainnya seperti promosi, cita rasa, citra merek dan sebagainya. Memperluas sampel yang digunakan dalam penelitian agar hasil penelitian yang didapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke12. Jakarta : Erlangga.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i3.20411>
- 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>
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Top Brand Award. 2019. *Restoran Pizza*. Retrieved From <https://www.topbrand-award.com/>.
- Widodo, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe. *Jurnal Manajemen Tools*, ISSN : 2088-3145, 13(July), 1–23.