

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN KOTA BIMA

Nur Wahyuningsih¹, Sri Ernawati²

¹² Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
Jln. Wolter Monginsidi Komplek Tolobali, Kota Bima
Email: sriernawati.siebima@gmail.com

Abstrak

Setiap perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kuliner yaitu kebijakan penetapan harga dan kualitas produk karena dua hal ini yang bisa menentukan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan pada Rocket chicken Kota Bima. Dengan menggunakan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang konsumen dengan membagikan kuesioner berupa pernyataan yang diukur dengan skala likert Analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji korelasi, uji determinasi, analisis uji parsial dengan uji t dan uji f (simultan). Untuk menguji pengaruh antar variabel menggunakan SPSS (Statistical Service Product Solutions) versi 20.00. Setelah melakukan pengolahan data dengan SPSS 20.00 didapat hasil yang menyatakan bahwa secara parsial Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen, Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan secara simultan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Abstrack

Every company competes, especially businesses in the culinary field, namely pricing policies and product quality because these two things can determine consumer satisfaction. This study aims to find the effect of price and product quality on consumer satisfaction partially and simultaneously at Rocket chicken Bima City. By using this type of associative research. The number of samples in this study were 50 consumers by distributing questionnaires in the form of statements measured by a Likert scale. Data analysis used multiple linear regression, correlation test, determination test, partial test analysis with t test and f test (simultaneous). To test the effect between variables using SPSS (Statistical Service Product Solutions) version 20.00. After processing the data with SPSS 20.00, the results show that partially Price (X1) has no effect on Customer satisfaction, Product Quality (X2) has an effect on Customer Satisfaction and simultaneously Price and Product Quality have an effect on Customer Satisfaction.
keyword : Price, Product Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi pelanggan dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada pelanggan dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians- varians baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan, (Kasanti et all, 2019)

Permasalahan yang sering kali dihadapi oleh berbagai perusahaan pada umumnya adalah masalah dari segi penentuan harga. Penentuan sebuah harga merupakan hal yang sangat penting dalam proses perolehan keuntungan, sebab penentuan harga yang tepat dengan menyesuaikan daya beli konsumen, dapat memberikan dampak positif dari perilaku konsumen karena pada umumnya konsumen akan lebih memilih harga yang lebih rendah.

Harga merupakan salah satu faktor yang akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli atau menikmati suatu produk barang atau jasa. Harga yang relatif rendah atau dengan kata lain lebih murah, merupakan sumber kepuasan yang penting bagi konsumen yang disebabkan Kepuasan merupakan sebuah kesan atau persepsi seorang konsumen atas kinerja dan harapan dari sebuah produk, karena jika kinerja perusahaan di bawah harapan maka kepuasan dari para konsumen akan berkurang dan ada kemungkinan konsumen tidak akan membeli ulang produk dari perusahaan terkait. Begitu pula sebaliknya, ketika kinerja perusahaan melebihi harapan dari konsumen yang terjadi adalah konsumen akan tetap setia menjadi pelanggan dari perusahaan terkait. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan, faktor emosi dan kemudahan perolehan *value for money* yang tinggi bagi para konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya, Kepuasan konsumen bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli sehingga pencapaian kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, produsen dalam pelaksanaan kualitas produknya selalu diiringi dengan kepuasan pelanggan agar memunculkan kepuasan terhadap produk baik dari segi produsen maupun konsumen. Karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Kualitas produk yang baik, menciptakan, mempertahankan kepuasan pelanggan. (Nurhayati & Wulandari, 2020)

Rocket Chiken merupakan salah satu usaha waralaba yang menyediakan produk makan dan minuman yang berbahan dasar ayam yang ada di Kota Bima. Harga produk di Rocket Chiken saat ini berada dalam kisaran harga paling bawah Rp.8. 500 ,- sampai dengan Rp. 25. 000,-Dibandingkan harga produk yang lain. Rocket Chicken Merupakan perusahaan waralaba atau *franchise yang bergerak* dibidang *fast foog restaurant, bueger, steak and chinese food*.Selain itu harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN KOTA BIMA**”

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Daryanto (2013) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Hal ini berarti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapat barang atau jasa yang diinginkan. Konsumen akan sangat sensitif mengenai harga karena konsumen akan membandingkan harga dengan apa yang didapat.

Indikator yang digunakan dalam penetapan harga antara lain (Kotler dan Armstrong 2016) :

a. Penetapan Harga Jual

Keputusan penetapan harga, seperti halnya keputusan bauran pemasaran lainnya harus berorientasi pada pembeli. Penetapan harga yang berorientasi pada pembeli yang efektif mencakup memahami berapa besarnya nilai yang ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk tersebut dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai ini.

b. Elastisitas Harga

Seberapa responsif permintaan terhadap suatu perubahan harga. Jika permintaan hampir tidak berubah karena sedikit perubahan harga, maka permintaan tersebut tidak elastis/inelastis. Jika permintaan berubah banyak, kita menyebut permintaan tersebut elastis. Semakin tidak elastis permintaan, semakin besar kemungkinan penjual menaikkan harga.

c. Pertumbuhan Harga Pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang konsumen yang cenderung membeli suatu produk atas evaluasi harga serta nilai produk pembandingan sejenis lainnya.

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2016) Kualitas produk adalah kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2014:41) menyatakan konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari sudut pandang yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya. Kualitas produk dapat disimpulkan dari penjelasan di atas yaitu keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan pelanggan yang dari segi keunggulan produk telah memenuhi syarat untuk diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

Adapun Indikator Kualitas Produk : Dimensi kualitas produk menurut Lupiyoadi (2014:41) adalah:

1. Kinerja (Performance), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan (Durability), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. Fitur (Features), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
4. Reliabilitas (Reliability), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
5. Estetika (Aesthetics), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.

Kepuasan konsumen

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2009).

Adapun Indikator Kepuasan Konsumen (Tjiptono, 2014 : 101) terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen
2. Minat Berkunjung Kembali Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait
3. Kesediaan Merekomendasi Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

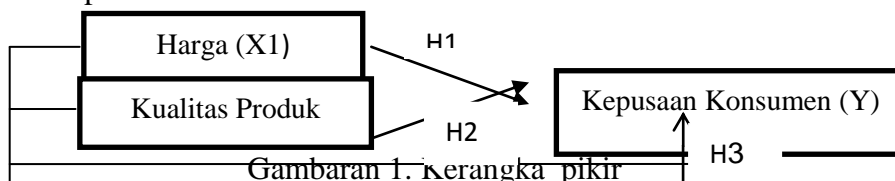
pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen .

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal tersebut membuktikan semakin baiknya strategi harga yang di terapkan seperti harga yang dijangkau, harga sesuai dengan produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat maka harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dimana harga berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa. (Gunawan, 2012).

pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Realita bisnis, konsumen dapat mengevaluasi berbagai kombinasi atribut-atribut positif sebuah produk sebagai penentu tingkat harapan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kualitas dari sebuah makanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Jika ditinjau berdasarkan rasa, penampilan, aroma dan porsi. (Setiawan I., 2013).

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka susunan kerangka konseptual untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima.



Hipotesis-hipotesis yang nantinya akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima.
- H2: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima.
- H3 : Harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Asosiatif adalah suatu pernyataan yang menunjukan dugaan tentang hubungan antara dua variabel (Sugiyono, 2016: 26). yaitu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima.

Operasional Variabel

a. Harga (X1)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Harga sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, dan jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk

b. Kualitas Produk (X₂)

kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan.

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan.

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkolerasikan skor item dengan total-total item tersebut valid dengan standar nilai r hitung lebih dari 0,300.

d. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2018) Reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan koisioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan reliabilitas, jika nilai *cronba alfa* lebih dari 0,600.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pada penelitian ini uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji kolmogorov-smirnov dengan melihat data residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak.

b. Uji multikolinearitas

Multikoliniearitis merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel berkorelasi kuat. Pengujian terhadap multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Bila VIF diatas 10 maka dikatakan tidak terjadi kolinearitas yang berarti multiolnearitas terpenuhi.

c. Uji heterokedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokerelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya).

3. Analisis regresi linier berganda

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa analisis linier berganda digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independe dinaikkan atau diturunkan. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

4. Analisis korelasi

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat.

5. Koefisien determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien penentu, karena besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r).

6. Uji signifikansi (Uji t-statistik)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel bebas dan variabel terikat.

7. Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R hit	R table	Keterangan
1	Harga	X1.1	0,325	0,300	Valid
		X1.2	0,293	0,300	Valid
		X1.3	0,529	0,300	Valid
		X1.4	0,721	0,300	Valid
		X1.5	0,721	0,300	Valid
		X1.6	0,736	0,300	Valid
2	Kualitas Produk	X2.1	0,445	0,300	Valid
		X2.2	0,501	0,300	Valid
		X2.3	0,512	0,300	Valid
		X2.4	0,712	0,300	Valid
		X2.5	0,587	0,300	Valid
3	Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,453	0,300	Valid
		Y1.2	0,686	0,300	Valid
		Y1.3	0,710	0,300	Valid

	Y1.4	0,834	0,300	Valid
	Y1.5	0,802	0,300	Valid
	Y1.6	0,536	0,300	Valid

Berdasarkan tabel 1 di atas, hasil pengujian validitas variabel Hargadan Kualitas Produk dan kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken kota Bima dapat dikatakan valid pada Corrected item-total correlation > 0,300. Hasil pengujian validitas ini menunjukkan bahwa pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas

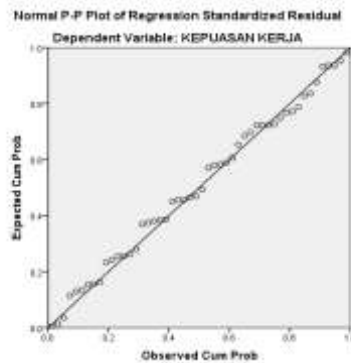
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel dan Indikator	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Variabel Harga (X1)	0,601	> 0,600	Reliabel
Variabel Kualitas Produk (X2)	0,606	> 0,600	Reliabel
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	0,752	> 0,600	Reliabel

Hasil pengujian penelitian menggunakan pengukuran ini dapat dikatakan reliabel pada *Cronbach alpha* > 0,600. Hasil pengujian reliabilitas ini menunjukkan bahwa pernyataan quesioner dalam penelitian ini reliable

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Berdasarkan gambar Uji Normalitas, model regresi berdistribusi normal ini disebabkan data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas terdapat gejala normalitas.

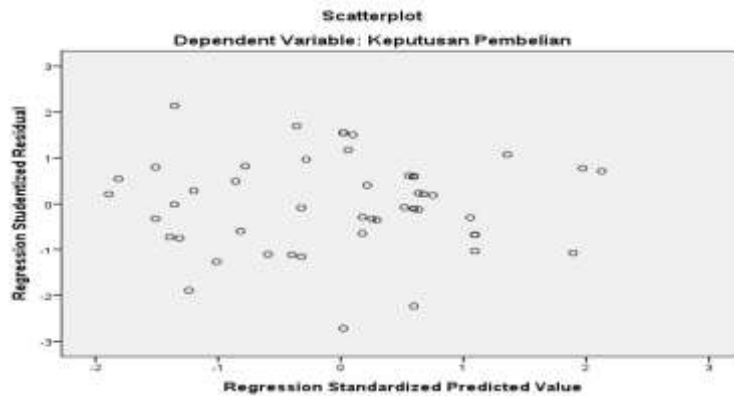
b. Uji Multikolenearitas.

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.768	1.302
	Kualitas Produk	.768	1.302

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai Tolerance tidak kurang dari 0.10 dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) tidak lebih dari 10. Analisis ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas terhadap variabel penelitian. Sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian selanjutnya.

c. Uji Heteroskedasitas



Berdasarkan uji heteroskedastisitas di atas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas ini disebabkan tidak ada pola pola yang jelas (gergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplot, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

d. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.382 ^a	.146	.110	2.86506	2.267

a. Predictors: (Constant), Harga dan Kualitas produk

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai dw sebesar 2.267. Selain itu dari tabel Durbin watson nilai du sebesar 1,6231, dan nilai 4 – du sebesar 2,3769. Sehingga diperoleh $du < dw < 4 - du$ yakni $1,6231 < 2.267 < 2,3769$ yang berarti tidak terjadi autokorelasi secara positif dan negatif dalam penelitian ini, atau dapat dikatakan bahwa penelitian ini bebas autokorelasi.

3.Regresi Linier Berganda

Coefficients^a Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	13.440	4.641	2.896	.006
	Harga	.045	.174	.259	.797
	Kualitas Produk	.532	.226	2.349	.023

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = 13.440 + 0,045 X_1 + 0,532 X_2$$

- a. Konstantan = 13.440 artinya jika Harga dan Kualitas Produk konstan atau sama dengan nol maka Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima. akan naik sebesar 13.440.
- b. Koefisien variable $b_1 = 0,045$ artinya jika Harga naik sebesar satu satuan dimana Harga konstan maka Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima. akan naik sebesar 0,045.
- c. Koefisien variable $b_2 = 0,532$ artinya jika Kualitas Produk naik sebesar satu satuan dimana Kualitas Produk konstan maka Kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima. akan naik sebesar 0,532.

4. Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.382 ^a	.146	.110	2.86506

a. Predictors: (Constant), Harga dan kualitas Produk.

Nilai koefisien korelasi berganda yaitu sebesar 0,382. Artinya tingkat keeratan hubungan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Rendah sebesar 0,382.

5. Uji Determinasi

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 14,60 % sedangkan sisanya 85,40% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

6. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.440	4.641		2.896	.006
1 Harga	.045	.174	.040	.259	.797
Kualitas Produk	.532	.226	.361	2.349	.023

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

H1: Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima .

Hasil statistik uji t untuk variabel Harga memperoleh nilai thitung sebesar 0,259 dengan nilai ttabel sebesar 1,6779 maka hipotesis H1 yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima (Ditolak). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Suratmiyati dan Anggoro, 2020) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen produk jasa

H2: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima

Hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas produk memperoleh nilai thitung sebesar 2.349 dengan nilai ttabel sebesar 1,6779 ($2.349 > 1,6779$), maka hipotesis H2 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima (Diterima) Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan (Hamdi & Raymond, 2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Isi Ulang di Kota Batam

7. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	65.977	2	32.989	4.019	.024 ^b
Residual	385.803	47	8.209		
Total	451.780	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga dan Kualitas Produk.

H3: Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima

Hasil statistik uji F untuk variabel Harga dan Kualitas Produk memperoleh nilai Fhitung sebesar 4,019 dengan nilai Ftabel sebesar 3,09 ($4,019 > 3,09$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), maka hipotesis H3 yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kota Bima (Diterima). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mariansyah Alvin & Syarif amirudin, 2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

- variabel Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen (Y) Rocket Chicken Kota Bima.
- Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Rocket Chicken Kota Bima.
- Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Rocket Chicken Kota Bima

Bagi peneliti selanjutnya penambahan variabel penelitian agar menjadikan satu penelitian lebih baik lagi sehingga hasilnya dapat diberagam. Penambahan variabel baru seperti promosi, Lokasi, Kualitas pelayanan dan desain dapat membuat penelitian selanjutnya lebih menarik dan dapat menjelaskan fenomena tentang Kepuasan Konsumen dengan lebih komprehensif. Peneliti selanjutnya menyarankan agar

melakukan penelitian sejenis, seperti meneliti variabel-variabel lain yang belum diteliti di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisa Multivarian dengan Program SPSS*. Semarang. BPUNDIP
- Gunawan, Alvin. (2012). Pengaruh kualitas produk, kualitas jasa, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Moi Garden Restaurant Surabaya. Retrieved 2012, from http://incuvl.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=24837
- Hamdi Alhilal & Raymond, 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*. Vol.5 No. 3. Hal 210-224
- Kasanti Novera, Wijaya Anderson & Suandry. 2019. 43 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (e-ISSN: 2477- 0574 ; p-ISSN: 2477-3824) Vol. 04, Issue. 01
- Kumala, F.O.N., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–40.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.
- Mariansyah Alvin & Syarif amirudin. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal ilmiah Bina Manajemen*. Vol. 3, No. 2, e-ISSN: 2655-8531
- Nurhayati Omas, Anna Wulandari. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Distro Crunchz Store). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Hal 1-11
- Setiawan, Irwan. (2013) Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan KEdai Sabindo Gayungsari Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, vol. 1, no. 2
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suratmiyati & Anggoro yudhi, 2020. Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *Management and bisnis review*. Vol 5 no 2.
DOI:[10.21067/mbr.v4i1.4629](https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.4629)
- Tjiptono Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi.
- Wijaya Violita Cynthia, 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA* Vol. 5, No. 1