

## ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA KONSUMEN BOLLY BAKERY DAN ILO CAKE

M. Iqbal<sup>1</sup>, Herry Nurdin<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Program studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima.

Jl. Wolter Monginsidi Komplek Tolobali, Kota Bima

Email: [iqbalvolly03@gmail.com](mailto:iqbalvolly03@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan bisnis kuliner saat ini semakin pesat, cepat, dan beraneka-ragam seiring dengan tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup. Berbagai macam konsep, bentuk, serta cita rasa yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis kuliner ini yang bertujuan untuk dapat memanjakan mata sekaligus lidah dari para penikmat kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mencari perbandingan Kualitas produk dan harga di Bolly Bakery dan Ilo Cake. Dengan menggunakan jenis penelitian komparatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen dengan membagi dua jumlah sampel masing-masing 50 untuk bolly bakery dan 50 untuk ilo cake, dengan membagikan kuesioner berupa pernyataan yang diukur dengan skala likert. Analisis data menggunakan Paired Samples Test dengan bantuan program SPSS (Statistical Service Product Solutions) versi 23.00. Hasil penelitian menyatakan bahwa Terdapat perbedaan Kualitas Produk pada Ilo Cake dan Bolly Bakery dan Terdapat perbedaan Harga pada Ilo Cake dan Bolly Bakery

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, kuliner

### Abtrack

The development of the culinary business is currently growing rapidly, rapidly, and in variety in line with the demands of people's life needs which are increasingly complex due to changes in lifestyle. Various kinds of concepts, shapes, and tastes are offered by culinary business people who aim to be able to pamper the eyes and tongues of culinary connoisseurs. This study aims to find a comparison of product quality and prices at Bolly Bakery and Ilo Cake. By using this type of comparative research. The number of samples in this study were 100 consumers by dividing the number of samples 50 each for the bolly bakery and 50 for the ilo cake, by distributing questionnaires in the form of statements measured by a Likert scale. Data analysis used Paired Samples Test with the help of SPSS (Statistical Service Product Solutions) version 23.00. The results of the study indicate that there are differences in product quality at Ilo Cake and Bolly Bakery and there are differences in prices for Ilo Cake and Bolly Bakery.

Keyword : Product quality, Price, Culinary

## PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya peradaban dan globalisasi, kehidupan dan budaya manusia semakin mengalami peningkatan, tidak terkecuali dengan peningkatan usaha makanan. Peningkatan usaha makanan pada saat ini semakin terjangkau semua lapisan masyarakat, usaha makanan menjawab semua tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan. Meningkatnya persaingan usaha mengharuskan pada pelaku usaha untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan usaha yang terjadi dilingkungan sekitarnya dan meningkatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik daya beli konsumen pada produk yang dijual (Oktari, et all, 2029). Perkembangan ekonomi yang terjadi di Indonesia seiring berjalannya waktu terus berkembang dan mengalami perubahan tiap saat. Usaha terus bermunculan baik yang sudah berkembang maupun usaha baru, sehingga dunia usaha semakin kompetitif bagi perusahaan-perusahaan yang ada didalamnya, Dalam dunia pemasaran, Mutu produk akan menjadi factor penentu dalam menciptakan rasa puas dalam diri konsumen ( Muslima &Ernawati, 2020)

Setiap badan usaha harus mampu untuk bersaing dan juga berlomba dalam memikat hati para konsumen agar usahanya tetap mampu berjalan dan berkembang

dengan baik. Menyangkut dengan permasalahan seperti itu, maka usaha tersebut harus mampu menyusun strategi untuk dapat mempengaruhi pembelian dari konsumen. Ada begitu banyak strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk membuat usahanya itu maju dan juga berkembang. Dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki internal dari badan usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan lain-lain. Selain itu salah satu hal yang paling penting, yang harus diperhatikan perusahaan dalam membuat usahanya maju dan berkembang yaitu dengan cara menciptakan atau membuat suatu produk yang mampu menarik minat banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Perusahaan juga harus mampu memanfaatkan kesempatan maupun celah yang ada karena semakin banyaknya pesaing yang akan muncul. Peran dua para pemilik usaha tidak hanya berfokus pada produk yang ditawarkan, akan tetapi juga harus berfokus kepada konsumen itu sendiri.

Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk. Harga umumnya menjadi hal utama yang diperhatikan oleh calon konsumen ketika ingin membeli produk. Tinggi atau rendahnya harga akan menentukan seseorang dalam membeli satu barang. Melalui harga, seorang bisa memutuskan apakah produk tersebut akan dimiliki dan dikonsumsi atau sebaliknya (Utami dan Saputra, 2017). Suatu harga dapat menjadi patokan kualitas suatu produk, dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang ditawarkan murah konsumen masih meragukan kualitas produknya, harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand 2014).

Toko roti Bolly Bakery yang memproduksi roti beralamatkan di Rabakodo Kabupaten BIMA. Bolly Bakery merupakan toko atau perusahaan yang menjual berbagai kue dan roti yang enak dengan varian rasa yang berbeda seperti menjual roti tawar, donat, bolu gulung, roll pandan, puding bakar, dan berbagai varian rasa lainnya. Sedangkan Ilo Cake merupakan salah satu toko kue yang terdapat di kota bima. Yang menjual kue donat dengan varian rasa. Berdiri pada tahun 2013 yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No.15, Pane, Rasanae Bar., Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Ilo cake sendiri menjual berbagai macam kue seperti kue, roti dan memiliki cafe untuk dinikmati oleh konsumen/pelanggan.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

##### **1. Kualitas produk**

Menurut Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa: “Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut lainnya”.

Menurut Martono dan Iriani (2014) indikator-indikator kualitas produk adalah:

##### **a. Kinerja**

Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.

##### **b. Desain**

Adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

##### **c. Estetika**

Adalah keindahan dari suatu produk tersebut, seperti tampilan dari suatu produk.

d. Persepsi kualitas

Tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

## 2. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Terdapat empat indikator ukuran yang mencirikan harga menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) yaitu sebagai berikut:

a. Keterjangkauan Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang di tetapkan para konsumen banyak yang membeli produk. Misalnya: harga produk terjangkau.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Misalnya: harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

c. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang. Misalnya: kesesuaian harga dengan manfaat yang di dapatkan konsumen.

d. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal-murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut. Misalnya: harga lebih murah dari pesaing. Berdasarkan dari ke empat dimensi dan indikator harga di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga suatu produk setiap perusahaan harus mempertimbangkan keterjangkauan harga bagi konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang di rasakan konsumen tanpa mengeluarkan biaya yang lebih besar saat akan membeli produk tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan variabel mandiri yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

### **Operasional Variabel**

Definisi variabel dapat dijadikan sebagai landasan berfikir bagi peneliti untuk menguraikan atau menjelaskan permasalahan yang akan diungkapkan dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Oleh karena itu peneliti mengemukakan definisi variabel, yaitu :

**Kualitas Produk (X1)**, yaitu keseluruhan ciri dan karakterkarakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat.

**Harga (X2)**, yaitu segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan

## **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, Suatu variabel dikatakan valid jika memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,300$ . Pengujian validitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS.

### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Imam Ghazali (2016) Reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan koisioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Suatu variabel dikatakan reliable (handal) jika memiliki nilai Cronbach Alpha  $> 0,600$ . Pengujian reliabilitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS.

## **2. Uji Paired Sampel T Test**

Paired sample T Test merupakan uji beda dua sampel berpasangan. Sampel berpasangan merupakan subjek yang sama namun mengalami perlakuan atau pengukuran yang berbeda. Kriteria pengambilan keputusan Menggunakan nilai signifikan / P-Value:

- a. Jika nilai signifikan / P-Value  $> 0,05$  ; maka  $H_0$  diterima,
- b. Jika nilai signifikan / P-Value  $< 0,05$  ; maka  $H_0$  ditolak.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

#### a. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Hasil Validitas

Variabel	Pertanyaan	Ilo Cake	Bolly Bakery	R tabel	Keterangan
		R hitung	R hitung		
Kualitas Produk	X1.1	0,560	0,355	0,300	Valid
	X1.2	0,546	0,412	0,300	Valid
	X1.3	0,706	0,412	0,300	Valid
	X1.4	0,706	0,364	0,300	Valid
	X1.5	0,546	0,727	0,300	Valid
	X1.6	0,706	0,578	0,300	Valid
	X1.7	0,706	0,727	0,300	Valid
	X1.8	0,546	0,578	0,300	Valid
	X1.9	0,706	0,355	0,300	Valid
	X1.10	0,56	0,727	0,300	Valid
	X1.11	0,706	0,727	0,300	Valid
	X1.12	0,546	0,578	0,300	Valid
Harga	X2.1	0,607	0,596	0,300	Valid
	X2.2	0,412	0,573	0,300	Valid
	X2.3	0,741	0,596	0,300	Valid
	X2.4	0,741	0,608	0,300	Valid
	X2.5	0,536	0,399	0,300	Valid
	X2.6	0,607	0,608	0,300	Valid
	X2.7	0,536	0,66	0,300	Valid
	X2.8	0,741	0,573	0,300	Valid

Berdasarkan tabel 1 di atas, hasil pengujian validitas variabel Kualitas Produk dan Harga pada Ilo Cake dan Bolly Bakery dapat dikatakan valid pada *Corrected item-total correlation* >0,300. Hasil pengujian validitas ini menunjukkan bahwa pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid.

a. Uji Reabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas**

Variabel & Indikator	Ilo Cake	Bolly Bakery	Standar Reliabilitas	Keterangan
	Cronbach's Alpha			
Kualitas Produk	0,859	0,791	> 0,600	Reliabel
Harga	0,764	0,710	> 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 reliabel.

**Tabel 3. Paired Samples Test**

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					T	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Kualitas Produk Ilo Cake - Kualitas Produk Bolly Bakery	-.180	2.097	.296	-.776	.416	-.607	49	.547

Sumber : Data Primer diolah SPSS v. 23, 2021

Pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu 0,547 artinya tidak terdapat perbedaan antara Kualitas Produk pada Ilo Cake dan Bolly Bakery. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ilo Cake dan Bolly Bakery memiliki perbedaan yang tidak jauh berbeda.

**Tabel 4. Paired Samples Test**

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Harga Ilo Cake - Harga Bolly Bakery	-.480	1.972	.279	-1.040	.080	-1.721	49	.091

Sumber : Data Primer diolah SPSS v. 23, 2021

Pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05 yaitu 0,091 artinya tidak terdapat perbedaan antara Harga pada Ilo Cake dan Bolly Bakery. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ilo Cake dan Bolly Bakery memiliki perbedaan yang tidak jauh berbeda.

## KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian Yang Dilakukan Maka Ditarik Kesimpulan Sebagai Berikut :

1. Terdapat perbedaan Kualitas Produk pada Ilo Cake dan Bolly Bakery. Yang artinya Kualitas produk dari Ilo Cake dan Bolly Bakery memiliki perbedaan dari Kualitas rasa, varian rasa, inovasi dalam menciptakan produknya dan desain produk yang berbeda.
2. Terdapat perbedaan Harga pada Ilo Cake dan Bolly Bakery. Yang artinya harga dari Ilo Cake dan Bolly Bakery memiliki perbedaan harga sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diperoleh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisa Multivarian dengan Program SPSS*. Semarang. BPUNDIP
- Ferdinand. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education.
- Martono Moh & Iriani Setyo Sri. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 2 Nomor 2*
- Muslima & Ernawati Sri. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Percetakan Pena Karya Kota Bima . *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*. Volume 5 No.2, e-ISSN 2621-3168 p-ISSN 2502 – 3764
- Utami Putri Ruri & saputra. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan Vol 6 No 2*. pISSN: 2301-7775 e-ISSN : 2579-8014
- Oktari Nurmalia Rima, Hidayat Zainul & Irwanto Jesi, 2019. Pengaruh Kualitas Produk , Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun). *Jurnal Riset Manajemen*. Volume 2, Nomor 1. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.