JEAC : Journal of Economic Academic
Volume 1, Number 2, Tahun Terbit 2024
E-ISSN : XXXX
Open Access: https://academicajournal.org/index.php/jeac

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG MAKAN BEBEK PUJAKESUMA DI BINTARO

Jihan Maulidya Afrisya Putri[1], Aris Ariyanto[2]
[1]Universitas Pamulang
[2]Universitas Pamulang
[1]jihanputriwork@gmail.com, [2]dosen02492@unpam.ac.id

Info Kata kunci:
Kualitas Produk; Harga; Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini juga membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas produk, pelayanan, dan nilai tambah, yang merupakan kunci untuk membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan dalam jangka panjang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen dari Warung Makan Nasi Bebek Pujakesuma yang tidak di ketahui secara pasti jumlah populasinya. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba dan diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket/kuesioner, metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif teknik regresi linear berganda, analisis koefisiensi korelasi, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi. Dari analisis korelasi diperoleh kesimpulan bahwa terdapat korelasi antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang bersifat Positif, terdapat korelasi antara Harga terhadap kepuasan pelanggan yang bersifat Positif, dan terdapat korelasi antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang bersifat Positif, Dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan linear berganda Y = 4,412 + 0,282X1 + 0,606X2 Dari uji hipotetis dan analisis determinasi diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kontribusi pengaruh sebesar sebesar 54,2% sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi faktor atau variabel lain. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen, kontribusi pengaruh sebesar 62,9% sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain, Secara simultan Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Makan Nasi Bebek Pujakesuma sebesar 81,2% sedangkan sisanya sebesar 18,2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain. yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Keywords :
Product Quality; Price; Consumer Satisfaction

ABSTRACT

This research also discusses factors that influence consumer satisfaction, such as product quality, service and added value, which are key to building customer loyalty and increasing sales in the long term. This research uses quantitative methods, the population in this research is consumers from the Nasi Bebek Pujakesuma Food Stall whose exact population size is not known. The sampling technique used the Rao Purba formula and a sample of 96 respondents was obtained. The data collection methods used are observation and questionnaires, the data analysis methods used are descriptive analysis and quantitative analysis of multiple linear regression techniques, correlation coefficient analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination analysis. From the correlation analysis, it can be concluded that there is a correlation between product quality and consumer satisfaction which is positive, there is a correlation between price and customer satisfaction which is positive, and there is a correlation between product quality and price simultaneously with consumer satisfaction which is positive. From the results of the regression analysis The multiple linear equation obtained Y = 4.412 + 0.282 other variables. Price has a significant effect on consumer satisfaction, the contribution of influence is 62.9% while the remaining 37.1% is influenced by other factors or variables. Simultaneously, product quality and price have a significant effect on consumer satisfaction at Nasi Bebek Pujakesuma Food Stall, which is 81. 2% while the remaining 18.2% is influenced by other factors or variables. which is not discussed in this study.

©2024 Penulis. Diterbitkan oleh Rasional Filosofia Logika Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya pergantian zaman dalam beberapa tahun ini indsutri bisnis dalam bidang kuliner mengalami peningkatan yang cukup baik. maka hal tersebut akan

mempengaruhi pemenuhan akan kebutuhan masyarakat yang semakin lama akan semakin banyak hal ini mendorong para wirausahawan untuk membuka atau menciptakan usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada dapat dilihat dari mulai menjamurnya tempat wisata kuliner khususnya di daerah Bintaro, Tangerang. Hal ini membuat para pengusaha warung makanan harus memberikan nilai tambah terhadap kualitas produk, pelayanan, tarif, dan pelayanan untuk diberikan kepada konsumen.

Pada saat ini warung makan telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Perkembangan dan transisi zaman membuat kebiasaan baru banyak masyarakat yang memilih untuk menikmati makanan secara instan atau memilih untuk membeli atau makan di warung makan selain karna memudahkan konsumen hal ini biasa dilakukan. Menurut Dr Grace Judio-Kahl, Msc, (2015) di kutip dalam jurnal (Zulfa & Hariyani, 2022) pengamat gaya hidup dan konsultan pengaturan berat badan di Indonesia belum 100 persen orang bisa memasak, dan menganggap jika makan di luar jauh lebih menghormati tamu daripada masak dirumah atau beli makan dari luar. Faktor penyebab kedua adalah proses penyajian makanan luar rumah atau warung makanan yang lebih memikat dan penjual pintar menciptakan suasana dari dekorasi, rasa, suasana, dan tempat.

Dari sekian banyak warung makan yang ada di Tangerang Selatan, Warung makan bebek Pujakesuma merupakan salah satu yang terkenal dan masih eksis di Tangerang Selatan. Bebek Pujakesuma telah berdiri sejak tahun 2007 dan bertempat di jalan Bintaro utama 3, Rengas, Kec. Ciputat tim. Tangerang Selatan, Bebek Pujakesuma ini menjadi salah satu warung makan yang mengutamakan kualitas produk dan harga yang terjangkau untuk konsumen saat ini.

Pujakesuma sendiri pempunyai arti putra Jawa kelahiran Sumatera. yang mana hal ini didasari oleh pemegang warung makan ini adalah seorang laki-laki Jawa kelahiran Sumatera yang mana saat ini telah di pegang oleh generasi ke-2. bumbu hitam dari Bebek Pujakesuma mempunyai perbedaan dari warung makan bebek pada umumnya, dan harga, pelayanan ramah, dan lokasi yang dekat dengan minimarket, perumahan dan supermarket membuat banyak konsumen yang datang karna memilih untuk menikmati makanan dengan mudah dan efisien.

Dalam menjalankan usahanya, warung makan bebek Pujakesuma tentunya harus didukung dengan penjagaan kualitas produk dan penentuan harga yang baik dalam mempengaruhi kepuasaan pelanggan agar dapat merebut pangsa pasar, menambah jumlah pelanggan dan tentunya meningkatkan penjualan warung makan bebek Pujakesuma sebaiknya mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari produk yang diberikannya, sehingga muncul keinginan dari konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Menurut Kotler et al.,(2017:91) di kutip dalam jurnal (Budiarti & Hartanti, 2023), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas barang, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Dengan menjaga kepuasan pelanggan dengan maka konsumen akan berpotensi menjadi *loyal customer*.

Berikut ini adalah Data Jumlah Transaksi Pembelian Warung Makan Bebek Pujakesuma selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1
Data Jumlah Pembelian pada Warung Makan Bebek Pujakesuma Bintaro

Tahun	Jumlah Pembelian		Persentase Pencapaian	Keterangan
	Target	Realisasi		
2018	5.488 (Porsi)	7.488 (Porsi)	133%	Tercapai
2019	7.488 (Porsi)	11.232 (Porsi)	150%	Tercapai
2020	8.000 (Porsi)	5.640 (Porsi)	70,5%%	Tidak Tercapai
2021	7.488 (Porsi)	5.616 (Porsi)	75%	Tidak Tercapai
2022	7.488 (Porsi) (cup)	6.552(Porsi)	87,5%	Tidak Tercapai
2023	7.800 (Porsi)	7.098 (Porsi)	91%	Tidak Tercapai

Sumber: Management Warung Makan Bebek Pujakesuma, 2023.

Berdasarkan data pelanggan periode 2018 s/d 2022 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuatif pada pelanggan, pada tahun 2018 terhitung jumlah pelanggan yang bertransaksi sebanyak 7.488 porsi, Tahun 2019 terjadi kenaikan jumlah pelanggan sebanyak 17% yang bertransaksi menjadi sebanyak 11.232 porsi, Dan ditahun 2020 terjadi penurunan kembali menjadi sejumlah 5.640 porsi, namun di tahun 2021 jumlah tansaksi mengalami penurunan menjadi 5.616 Porsi kemudian di tahun 2022 jumlah transaksi mengalami kenaikan lagi menjadi 6.552 porsi, dan ditahun 2023 mengalami kenaikan menjadi 7.098 porsi dari tahun sebelumnya

Di samping data jumlah pembelian pada Warung Makan Bebek Pujakesuma sebagai penialain kepuasan konsumen, peneliti juga melampirkan data keluhan konsumen selama tahun 2020-2023 yang diperoleh dari data keluhan konsumen

Tabel 2
Data Keluhan Pelanggan Periode Tahun 2020-2023

No	Keluhan	Tahun 2020	2021	2022	2023	Jumlah
1.	Tarif yang di berikan tidak sesuai pelayanan	156	147	164	132	599
2.	Lamanya antrian saat penyajian	134	158	146	166	604
3.	Kualitas produk kurang maksimal	157	139	153	176	625
	Jumlah	447	444	463	474	

Sumber: Warung Bebek Pujakesuma (2020-2024)

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah dari tahun 2020 – 2023 terdapat 599 keluhan pelanggan atas tarif yang diberikan relatif mahal, 604 keluhan atas lamanya antrian saat penyajian, 625 keluhan atas kualitas produk yang kurang maksimal, dari beberapa jenis keluhan yang dirasakan oleh pelanggan Warung Makan Bebek Pujakesuma,hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen yang diberikan masih kurang sesuai, Data diatas memperlihatkan bahwa kondisi tersebut harus diperbaiki mengingat banyaknya lawan atau kompetitor, ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi menurunnya penjualan tidak mencapai target yang ditentukan seperti kualitas produk dan harga yang kurang dimaksimalkan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) dikutip dalam jurnal (Hariyanto & shafa, 2020) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari aspek pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk tersebut dan merupakan hal yang sangat perlu mendapatkan perhatian utama dalam sebuah usah, mengingat kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2015:105) di kutip dalam jurnal (Putri, Lubis, Utami, Hayatunnufus, & Suhariri, 2022) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performasi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Untuk memperkuat data mengenai kualitas produk Warung Makan Bebek Pujakesuma telah dilakukan prasurvey yang telah dilakukan peniliti kepada 30 responden. Data terkait prasurvey mengenai kualitas produk tertera pada tabel dibawah ini :

JEAC : Journal of Economic Academic
Volume 1, Number 2, Tahun Terbit 2024
E-ISSN : XXXX
Open Access: https://academicajournal.org/index.php/jeac

Tabel 3
Pra Survey Kualitas Produk

No	Indikator Pertanyaan Yaitu	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Rasa Bebek Pujaskesuma tetap fresh ketika dibawa kerumah (*take away)*	8	27%	22	73%
2	Porsi yang ditawarkan Bebek Pujakesuma sesuai dengan harga yang ditawarkan	5	17%	25	83%
3	Pilihan menu Bebek Pujekesuma memiliki banyak varian	10	34%	20	66%
4	Wangi makanan Bebek Pujakesuma mempengaruhi selera makan	23	76%	7	24%
5	Bentuk dan potongan Bebek Pujekesuma mempengaruhi selera makan	28	93%	2	7%
	Rata-Rata	14,8	49%	76	51%

Sumber : Hasil kuesioner pelanggan Warung Makan Bebek Pujakesuma 2023

Berdasarkan table 2 survey awal X2 yang dilakukan penulis terhadap 20 responden, dapat dilihat dari hasil jawaban responden pada indikator mutu kesesuaian lebih dominan kepada jawaban "Tidak" yaitu sebanyak 22 (73%) responden dari 30 responden, pada indikator *Form* mendapat respon yang positif dimana konsumen yang menjawab "Tidak" yaitu sebanyak 25 (83%) responden dari 30 responden, pada indikator Fitur dengan spesifikasi lebih dominan kepada jawaban 'Tidak" sebanyak 20 (66%) responden dari 30 responden, pada indikator aroma konsumen dominan menjawab "Ya" sebanyak 23(76%) dan yang menjawab "Tidak) yaitu sebanyak 7(24%), pada indokator bentuk responden dominan menjawab "Ya" sebanyak 28 (93%) sementara respon yang menjawab "Tidak" sebanyak 2 (7%) dari 30 responden, Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk yang saat ini masih belum efektif terhadap kepuasan pelanggan

Selanjutnya Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah tarif, tarif (harga) merupakan salah satu diantara beberapa atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya persaingan tarif dari berbagai merek. Sehingga pelanggan yang sensitive terhadap perubahan tarif cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode, di perusahaan-perusahaan besar. Menetapkan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. Selain kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Makan Bebek Pujakesuma masih kurang, tarif juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana berdasarkan hasil diketahui dari data table 4 maka:

Tabel 4
Daftar Tarif Warung Makan Bebek Pujakesuma dan Bebek Cak Kardi

No	Daftar Menu	Tarif Bebek Pujakesuma	Tarif Bebek Cak Kardi
1	Nasi Bebek + Teh Manis	Rp. 30.000	Rp. 20.000
2	Nasi Bebek	Rp. 25.000	Rp. 15.000
3	Nasi Ayam	Rp. 20.000	Rp.15.000
4	Sate-sate an	Rp. 5.000	Rp.2.000

Sumber : Warung Makan Bebek Pujakesuma & Bebek Madura Cak Kardi 2024

Berdasarkan table 4 tarif yang diberikan oleh Warung Makan Bebek Pujakesuma terpaut lebih mahal dari Bebek Madura Cak Kardi pada menu pada menu Nasi Bebek saja tarif Warung Makan Bebek PujaKesuma terpaut lebih Mahal dari Bebek Madura Cak Kardi Rp. 10.000 Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa aspek Tarif pada Warung Makan Bebek Pujakesuma masih belum memuaskan dan belum cukup baik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bebek Pujakesuma Di Bintaro"

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut Mary Parker Follet dikutip dalam buku (Pratama, 2020). mengemukakan bahwa "Manajemen adalah sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain", Definisi ini berarti bahwa seseorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi, Menurut Terry (2013:11) manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasi atau maksud-maksud yang nyata.

Pemasaran

Menurut Rangkuti (2014:2) dalam jurnal (cahyono, Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan, 2016) Mengatakan bahwa pemasaran adalah sutu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai factor social, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh dari berbagai factor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan kegiatan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:196) Dalam jurnal (Gunawan , Mataji, & Santoso, 2024) . Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2015: 105) di kutip Dalam Jurnal (Yulistia, Salpadri, & Wau, 2022) mengemukakan definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti performasi, keandalan, mudah dalam penggunaan estetika dan sebagainya. Dalam definisi stratejik, kualitas adalah sehala sesuatu yang mampu memenuhhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customer*).

Harga

Menurut Sunyoto (2020;130) dalam jurnal (Rizal, Arifin, & Saraswati, 2024) Harga adalah "uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara". Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk.

Hipotesis

H01 : □ = 0 : Di duga tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada warung makan nasi bebek pujakesuma

Ha1 : □ ≠ 0 : Di duga terdapat pengaruh antara kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada warung makan nasi bebek pujakesuma

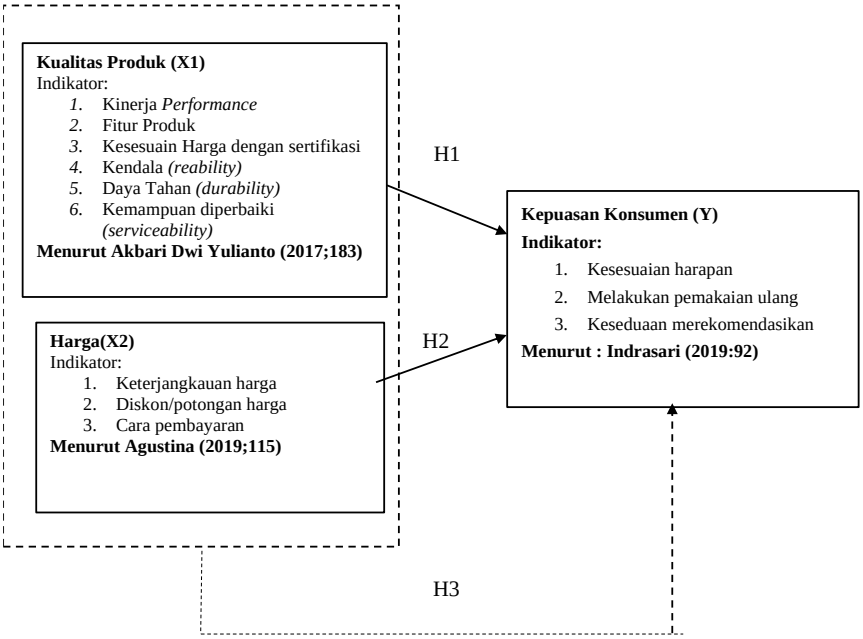
Ho2 : □ = 0 : Di duga tidak terdapat pengaruh antara harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada warung makan nasi bebek pujakesuma

Ha2 : □ ≠ 0 : Di duga terdapat pengaruh antara harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada warung makan nasi bebek pujakesuma

H03 : □ = 0 : Di duga tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan nasi bebek pujakesuma

Ha2 : □ ≠ 0 : Di duga terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan nasi bebek pujakesuma

Gambar 1
Kerangka Berfikir



Sumber: diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini termasuk sebagai penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari konsumen Warung Makan Bebek Pujakesuma yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba. Sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 96,04 orang dibulatkan 96 responden. Teknik analisi data yang digunakan adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi.

Definisi Operasional

Tabel 5
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	No Pernyataan	Skala
Kualitas Produk (X1) Sumber : Akbar Dwi Yulianto (2017; 183)	1.Kinerja *(performance)*	1	Likert
	2. Fitur *(feature)*	2,3	
	3.Kesesuaian dalam spesifikasi	4,5	
	4.Keandalan*(reability)*	6,7	
	5.Daya tahan *(durability)*	8,9	
	6. Kemampuan diperbaiki (serviceability)	10	
Harga (X2) Sumber : Agustina (2019;115)	1.Keterjangkauan Harga	11,12,13	Likert
	2.Diskon/Potongan Harga	14,15,16	
	3.Cara Pembayaran	17,18,19,20	
Kepuasan Konsumen (Y) Sumber : Indrasari (2019:92)	1.Kesesuaian harapan	21,22,23	Likert
	2. Minat Berkunjung Kembali	24,25,26	
	3.Kesediaan merekomendasikan	27,28,29, 30	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

JEAC : Journal of Economic Academic
Volume 1, Number 2, Tahun Terbit 2024
E-ISSN : XXXX
Open Access: https://academicajournal.org/index.php/jeac

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients			t	Sig
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	4.412	2.107		2.094	.039
Kualitas Produk	.282	.093	.289	3.030	.003
Harga	.606	.102	.564	5.927	.000

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi:

Y = 4,412 + 0,282X1 + 0,606X2.

Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta pada persamaan sebesar 4,412 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 4,412 atau Tidak Ada.
b. Nilai Kualitas Produk (X1) 0,282 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga(X2), maka setiap perubahan 1 Satuan pada variabel Kualitas Produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,282 Satuan.
c. Harga (X2) 0,606 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X1), maka setiap perubahan 1 satuan pada variabel Harga (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,606 Satuan.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients			t	Sig
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	9.537	2.220		4.295	.000
Kualitas Produk	.719	.065	.736	10.982	.000
Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *thitung* > *ttabel* atau (9.537 > 1,661) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *ρ value* < *Sig*.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H01 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 8
Hasil Uji t Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients			t	Sig
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	5.860	2.133		2.747	.007
Kualitas Produk	.852	.065	.793	13.154	.000
Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *thitung* > *ttabel* atau (13.154 > 1,661) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *ρ value* < *Sig*.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H02 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji F

Tabel 9
Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1008.875	2	504.437		
Residual	519.629	101	5.145	98.047	.000
Total	1528.504	103			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Kepuasaan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22 Tahun 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *F hitung* > F *tabel* atau (98.047 > 3,090), hal ini juga diperkuat dengan *ρ value* < *Sig*.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H03 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Makan Nasi Bebek Pujakesuma Bintaro

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk(X1), Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

Model	r	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimated
1	.812	.660	.653	2.26823

a. Predictors: (Constant) kualitas produk, harga
b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,812 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap variabel keputasan konsumen sebesar 81,2% sedangkan sisanya sebesar (100-81,2%) = 18,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

KESIMPULAN

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelummnya, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada Warung Makan Nasi Bebek Pujakesuma. Dapat dilihat dari hasil uji t dimana nilai thitung > ttabel (9.537 > 1,661) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *ρ value* < *Sig*.0,05 atau (0,000 < 0,05). Nilai Koefisien determinasi sebesar 0,542 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *words of mouth* berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 54,2% sedangkan sisanya sebesar 45,8% % dipengaruhi faktor atau variabel lain
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial pada Warung Makan Nasi Bebek Pujakesuma. Dapat dilihat dari hasil uji t dimana nilai thitung > ttabel atau (98.047 > 3,090) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai *ρ value* < *Sig*.0,05 atau (0,000 < 0,05). Nilai Koefisien determinasi sebesar 0,629 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Harga* berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 62,9% sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.
3. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Makan Nasi Bebek Pujakesuma. Hal ini dapat dilihat dari uji f yang telah dilakukan dengan perolehan nilai fhitung > ftabel atau (67,452 > 3,090), juga diperkuat dengan *ρ value* < *Sig*.0,05 atau (0,000 < 0,05). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi

pengaruh secara simultan sebesar 81,2% sedangkan sisanya sebesar 18,2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

Adhitya, W. R., & C, V. S. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha di PT. SJKM Titipapan Medan. Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, vol. 21, 41-54.

Afif, M. (2019). Pengaruh Motifasi dan Lingkungan Kerja Terhadap kinerja karyawan Bagian Packing Produk minuman PT. Singa Mas Pandan. Aplikasi Management dan Inovasi Bisnis, 1, 103-125.

Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (SAK EMKM). Jurnal Saintifik, 19, 25-30.

Aisyah, S., & Badrudin. (2016). Managemen Kepemimpinan Kepala Sekolah Efektif pada Sekolah Inklusif. Jurnal Isena, Vol.1, 67-76.

Akbar, S. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan. Jurnal JLAGANIS, vol.3, 1-17.

Ariyani, R. (2021). pengaruh sistem informasi manajemen dan motifasi kerja terhadap kinerja karyawan di UPTD instansi Farmasi Kabupaten Tangerang. Kabupaten Tangerang : Universitas Tangerang Raya.

Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding " A Land Of Harmony" Terhadap MInat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, ekonomi & Akuntansi), 3, 67-75.

Budiarti, A., & Hartanti, P. G. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Purchase Intention Dimediasi Promosi Pada Produk Kosmetik Maybelline. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, vol.02, 96-111.

cahyono, p. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, vol. 1, 129-138.

cahyono, p. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada Pt. Prudential Cabang Lamongan. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol. 1, 129-138.

Cahyono, P. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, 1, 129-138.

Dukalang, H., & Ningsih, S. (2019). Penerapan metode suksetif interval pada analisis regresi linier berganda. Jambura Journal of mathematics, 1, 43-53.

Ernawati, Rofik, R., & Farizka, S. B. (2020). Pengaruh motivasi kerja, disiplin kerja, dan loyalitas terhadap kinerja karyawan PT. Timur Raya lestari. Jurnal Fokus Manajemen dan Binis, 4, 17-31.

Faisal. (2018). Pengaruh Return on Asset dan Non Performing Loan Terhadap Capital Adequacy Ratio Pada PT Bank Mega Tbk. Madani, 4, 61-69.

Farizka, S. B., Rofik, R., & Ernawati. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Timur Raya Lestari. Fokus Manjemen Dan Bisnis, 4.

Febriyanto, Suhada, B., & Pratama, N. S. (2023). Evaluasi Manajemen Pilkada Kota Metro Di Era Pandemi Covid-19. Journal Of Economic Management, Vol.4, 155-168.

Ferdianto, R. I. (2017). Pengaruh struktur modal, dividen dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2015-2017. Jurnal fakultas ekonomi universitas dr seotomo, 26, 368-387.

Fernandus, T., & Reza, T. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan. Konsumen (Pada Toko Top Jaya Motor Bekasi), vol.01, 483-495.

Gumanta , A., & Pratomo, C. (2020). Hubungan Panjang Tungkai Dan Power Otot Tungkai dengan kemampuan tendangan penalti. Journal of Physical Education (JouPE), 1, 10-17.

Gunawan , I. K., Mataji, & Santoso, S. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Sugik Kecamatan Sambikerep Surabaya. Gemah Ripah: Jurnal Bisnis, Vol. 04, 22-36.

Handoko, B. S. (2011). "Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen" .

Hariyanto, J., & shafa, P. M. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee. Jurnal Sekolah TInggi Ekonomi indonesia, 1-18.

Ilmiawan. (2018). Komala Bumi Pertiga Dan Penanannya Dalam Pemerintahan Kesultanan Bima Tahun 1747 - 1751. jurnal Ulul Albab, 22, 89-93.

Imanda, A., Saputra, H. E., & Agustian, I. (2019). Pengaruh sistem informasi management terhadap peningkatan kualitas pelayanan di PT. Jasaraharja Putra cabang. Jurnal Profesional FISIP UNIVED, 1, 42-60.

irfanudin, a. m. (2021). Pengaruh konflik dan stres kerja terhadap kinerja karyawan pada PT sumber alfaria trijaya tbk. Madani, 12-23.

Irfanudin, A. M. (2021). Pengaruh Konflik dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Wilayah Tigaraksa. Jurnal Madani, 4, 12-23.

Jumani, F. (2015). Pengaruh pengembangan karir dan di siplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. pelabuhan indonesia I (persero) medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 15, 71-79.

Kakisina, S. M., Mendrofa, Y., & Hulu, E. (2022). Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. Jurnal Ilmiah Simantek, 6, 106-115.

Kurniawati , D., Suharyono, & kusumawa, A. (2014). Pengaruh CItra Merek dan Kualitas Terhadap Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol. 14, 1-9.

kusdiana, R. n., putranto, t. s., & wahyuningsih, d. (2014). uji kesuksesan hasil jadi kue brownies menggunakan tepung terigu dan tepung gandum utuh. bisnus journal , 5, 57-65.

Lestari, S. H., Pauzy, D. m., & Hermawan, J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko KLontongan Iyos Kawula Kota Tasik Malaya. Journal Indonesia Of management, vol.2, 815–826.

Lianti, S. R. (2023). Pengaruh Perspektif fraud diamon terhada[kecenderungan terhadap terjadinya (Fraud) dalam pengelolaan keuangan desa (Sudi kasus pemerintah desa kab. lumajang). lumanjang: itbwigalumanjang.

Lubis, T., & Pratiwi, G. (2021). Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan UD Adli di desa sukajadi kecamatan perbaungan. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 121-134.

Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. Jurnal EMBA, vol. 10, 44-55.

Maulana, M. I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 5, 513-521.

Mulyana, A. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. Jurnal Riset Akuntansi, 12, 15-23.

Nugraha, D. N., & Hadikusuma, R. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Kepuasasan pelayanan Terhadap Loyalti Konsumen. Jurnal Bisnis Management dan Ekonomi, Vol. 20, 539-549.

Oktaviani, F., Rianto, J., Fiyul, A. Y., & Erialdy. (2022). Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Jurmal Pemandhu, 3, 123-129.

Pengaruh E-service Quality Terhadap kepuasan pelanggan sebagai pengguna Aplikasi PLN mobile. (2018). Journanl penelitian pendidikan, 18, 10-17.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Deangan kepuasan sebagai variable Intervaning. (2016). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, vol. 5, 1-16.

Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang, 2019. (2019). IQTSHADequeity Jurnal Manajemen, vol.2, 46-53.

Prabowo, B., & Afifah, L. N. (2023). Pengaruh Iklan, kualitas Pelayanan, dan kepuasan Konsumen Terhadap loyalitas Pelanggan Pada E-comerce. Reslaj : Religion Educatuion Social Laa RAiba Journal, Vol. 5, 709-725.

Pratama, R. (2020). Pengantar management. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

Prihanto, H., & Damayanti, P. (2022). Faktor-faktor yang berpengaruh pada keberlanjutan udaha biro jasa perjalanan haji dan umroh. Journal of management and business review, 19, 29-48.

Purwanti, P., Ivantan, & Ariyanto, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang). Journal of Ecomics and Business, 6, 668-678.

Putri, T. Y., Lubis, L. A., Utami, A. D., Hayatunnufus, F., & Suhariri, S. (2022). Analisis Strategi Mutu Produk Indomie Untuk Memenuhi Standarisasi Pasar Global. Jurnal Ekonomi Bisnis Managenent dan Akutansi(EBMA), Vol.03, 1107-1112.

Rahman, A., Suhandi, A., Nurlaela, N., Yoseptry, R., Ratnawulan, T., & Premeilani. (2024). Peran PKBM dala Meningkatkan Pendidikan di Daerah Pinggiran Kota. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 12, 395-406.

Rizal, A., Fanani, D., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Merek Nike di Fakultas Ilmu administrasi Universitas Brawijaya). Jurnal Administrasi Bisnis, 41, 57-64.

Rizal, S. A., Arifin, R., & Saraswati, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Buah Salak (Studi Kasus Pada RJ Fruitts Kecamatan Pronojiwo). Jurnal Riset Manajemen, 13, 519-530.

Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. Productivity, 2, 223-233.

Runtu, N., Padaleng, I., & Sumarauw, J. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Daya Saing Objek Wisata Pulau Tiga Di Desa Pasir Putih Kabupaten Bolaang Mongondow. Jurnal EMBA, Vol.11, 633-641.

Sapri, Subagiyo, & ilyas, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko online novretta shop di shopee indonesia. journal satya mandiri managemen dan bisnis, vol 9, 26-36.

Sasmiyarsi, W., & Meliana, V. (2019). Pengaruh Inovasi Proses T-Cash Tap Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. Jurnal Bisnis dan Komunikasi, 6, 54-61.

Sernovitz, A. (2009). Word of Mouth Marketing, Revision Edition.

Stanto, W., & Lamarto, Y. (1993). Prinsip pemasaran / William J. Stanton ; alih bahasa, Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D / Sugiyono. Bandung, Jawa Barat: Alfabeta.

Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia, 2, 419-435.

Suryani, P., Cahyono, Y., & Utami, B. D. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT. Tuntex Garment Indonesia. Jurnal Of Industrial Engineering & Management Research, 1, 70-82.

The Influence Of Location, Price, Service On The Decision To Purchase Refilled Drinking Water NN RO Bengkulu. (2023). Jurnal Ekonomi , manajemen, bisnis dan akutansi, vol. 3, 419-430.

Widhianningrum, P., & Aji, S. (2019). ANALISIS EFEKTIVITAS Penerimaan Retribusi Pengujian Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Ponorogo. Jurnal Akuntansi, 3, 108-115.

Wijayanti, K., & Isyanto, P. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan J&T ekspres pada masa pandemi COVID-19. riset & jurnal akutansi, 6, 2101-2111.

Yosita, G., & Dilasari, E. M. (2020). Pengaruh Cita Rasa dan promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen kopi janji jiwa badar lampung. Jurnal management bisnis islam, 1, 25-40.

Yualiyanto, A. D. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chiken (KFC). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas , 1-15.

Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid-19 Pandemic. Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA), vol.1, 299-314.