

Kepuasan Konsumen Berdasar Kepada Citra Merek dan Kualitas Produk (Survei pada Konsumen Pecel Madiun Mbak Upik di Tasikmalaya)

Clarisha Rindiani¹, Budhi Wahyu Fitriadi², Depy Muhamad Pauzy³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PerjuanganTasikmalaya

E-mail: clarisharindiani26@gmail.com¹

Article History:

Received: 26 Nvovember 2022

Revised: 12 Desember 2022

Accepted: 13 Desember 2022

Keywords: *Brand Image, Quality Product, Customer Satisfaction*

Abstract: *This study aims to determine the influence of brand image and quality product towards consumer satisfaction of Pecel Madiun Mbak Upik Tasikmalaya. The type of this study is quantitative method with a survey approach. The population on this study is unknown. Samples on this study 100 people. Data analysis on this study is multiple regression analysis using SPSS ver. 25 software. The result of this study shows that brand image and quality product simultaneously have influence towards consumer satisfaction of Pecel Madiun Mbak Upik Tasikmalaya. Brand image partially has influence towards consumer satisfaction of Pecel Madiun Mbak Upik Tasikmalaya. Quality product partially has influence towards consumer satisfaction of Pecel Madiun Mbak Upik Tasikmalaya.*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era modern seperti ini terjadi begitu pesat, menjadikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus bersaing dan terus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pelanggannya agar bisa menguasai pangsa pasar, dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapatkan sudut pandang positif dibenak konsumen. Manajemen sebuah UMKM dituntut untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Selain itu keberhasilan dalam mencapai kinerja yang baik ditentukan oleh sejauh mana UMKM mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dalam dunia bisnis.

Tasikmalaya adalah salah satu daerah yang berada di Jawa Barat yang terkenal dengan kulinernya. Maka dari itu, pemilik usaha Pecel Madiun Mbak Upik yang bernama Ibu Diah Retno Palupi berinisiatif membuka usaha kuliner khas Jawa Timur yang diberi nama Pecel Madiun Mbak Upik, karena Tasikmalaya memiliki peluang usaha yang bagus khususnya di bidang kuliner dilihat dari masyarakatnya mayoritas pecinta kuliner.

Cita rasa yang unik dan khas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen pada Pecel Madiun Mbak Upik, selain itu juga berkaitan langsung dalam menciptakan keuntungan. Jika produk yang diberikan mempunyai kualitas yang baik maka kepuasan terhadap konsumen semakin tinggi. Pecel Madiun Mbak Upik berdiri sejak tahun 2017 hingga saat ini 2022.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Pecel Madiun Mbak Upik,

jumlah pendapatan dari penjualan Pecel Madiun Mbak Upik kurang lebih berjumlah Rp. 1.700.000,00/hari dari Pecel Madiun Mbak Upik sehingga dari pencapaian hasil yang didapatkan tersebut menjadikan peluang bisnis yang potensial di Tasikmalaya hingga mampu mendirikan Dua Warung Cabang Pecel Madiun Mbak Upik, serta hasil wawancara pemilik dan konsumen mengenai kepuasan konsumen yang positif dan negatif.

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Citra Merek

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan citra merek (brand image) sebagai persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen.

2. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Assauri (2015) mengemukakan kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

3. Pengertian Kepuasan Konsumen

Danang Sunyoto (2015) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam pemasaran dan penelitian konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Sugiyono (2017) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Simultan Citra merek dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen konsumen Pecel Madiun Mbak Upik dapat diketahui bahwa citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen Pecel Madiun Mbak Upik berdasarkan hasil uji F dengan perolehan nilai signifikansi $F_{0.00} < 0.05$ dengan tingkat hubungan yang kuat berdasarkan perolehan nilai koefisien korelasi sebesar 0.756 dan memiliki pengaruh sebesar 57.2%, sedangkan sisanya sebesar 42.8% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti promosi, kualitas pelayanan, persepsi harga dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi peningkatan citra merek dan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sama halnya apabila terjadi penurunan citra merek dan kualitas produk dapat menurunkan

kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Parsial Citra merek terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh Citra merek terhadap kepuasan konsumen konsumen Pecel Madiun Mbak Upik dapat diketahui bahwa citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pecel Madiun Mbak Upik berdasarkan hasil uji t dengan perolehan nilai signifikansi t $0.01 < 0.05$ dengan tingkat hubungan yang rendah berdasarkan perolehan nilai koefisien korelasi sebesar 0.339 dan memiliki pengaruh sebesar 11.49%. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi peningkatan citra merek dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sama halnya apabila terjadi penurunan citra merek dapat menurunkan kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Parsial Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen konsumen Pecel Madiun Mbak Upik dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen Pecel Madiun Mbak Upik berdasarkan hasil uji t dengan perolehan nilai signifikansi t $0.01 < 0.05$ dengan tingkat hubungan yang rendah berdasarkan perolehan nilai koefisien korelasi sebesar 0.339 dan memiliki pengaruh sebesar 11.49%. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sama halnya apabila terjadi penurunan kualitas produk dapat menurunkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pecel Madiun Mbak Upik sebagai berikut.

1. Citra merek Pecel Madiun Mbak Upik termasuk klasifikasi baik, artinya Pecel Madiun Mbak Upik melebihi pencapaian indikator yaitu atribut produk, menguntungkan konsumen, dan memiliki kepribadian merek.
2. Kualitas produk Pecel Madiun Mbak Upik termasuk klasifikasi sangat baik, artinya Pecel Madiun Mbak Upik melebihi pencapaian indikator kualitas produk yaitu kinerja, memiliki keistimewaan tambahan, kehandalan dan daya tahan.
3. Kepuasan konsumen pegawai berada di kategori sangat tinggi, artinya Pecel Madiun Mbak Upik melebihi pencapaian indikator kepuasan konsumen yaitu *re-purchase*, menciptakan *word of mouth*, menciptakan citra merek, dan menciptakan pembelian berulang.
4. Citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Pecel Madiun Mbak Upik.
5. Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Pecel Madiun Mbak Upik.

DAFTAR REFERENSI

- Dewi, S. M., & Dewi, S. M. 2020. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara). (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Rawamangun).

- <http://repository.stei.ac.id/1833/> .
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality, and Satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- Fauziah, S., & Karneli, O. 2016. Pengaruh brand trust dan brand equity terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik Wardah (Survey konsumen pada PT. Paragon Technology and Innovation Cabang Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. Jurnal Tata Boga, Vol 7 No.2. https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/21/article/viewFile/23511/2_1495.
- Gaspersz, V. 2011. Total Quality Management. Jakarta : PT. GramediaPenebar Swadaya.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, S. A. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk TerhadapKepuasanPelanggan Restoran Cepat Saji Pizza Hut/Sherly Anggreani Halim/29140375/Tony Sitinjak. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1096/10/RESUME.pdf>.
- Karneli, O. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadapp Kepuasan Konsumen pada Waroeng Steak & Shake Melati Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).