

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan

Nada Lina Hanim*

Hadi Sunaryo**

Itha Athia***

Universitas Islam Malang

* email: hanimlina@gmail.com

Abstract

This study aims to describe service quality, price perception, taste, customer satisfaction and analyze the effect of service quality, price perception, taste on consumer satisfaction of Mie Gacoan. The method of data collection in this study was done by distributing online questionnaires using snowball sampling. The sample used in this study were 91 students of the Faculty of Business Economics, Islamic University of Malang, Class of 2018 from the management, accounting, and Islamic banking study programs. The results showed that simultaneously the variables of service quality, price perception, and taste had a positive and significant effect on consumer satisfaction of Mie Gacoan. The results of this study also found that service quality variables affect customer satisfaction. The price perception variable was found to have an effect on consumer satisfaction. The taste variable was found to have an effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Taste, and Consumer Satisfaction*

Pendahuluan

Bisnis makanan yang bermunculan membuat para pelaku usaha bersaing ketat dengan bentuk persaingan yang berbeda-beda yaitu baik dari segi pelayanan, harga, dan cita rasa. Salah satu makanan yang berkembang pesat pada saat ini yaitu jenis makanan pedas. Makanan pedas sendiri merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Banyaknya bisnis usaha di bidang makanan pedas yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama, pelaku usaha di bidang kuliner dituntut untuk menciptakan strategi-strategi yang menarik dan tepat agar dapat menarik para pelanggan untuk lebih memilih produknya dibandingkan produk para pesaing.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan kepuasan atas pelayanan menjadi kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Harga suatu bagian yang penting bagi pembeli dan juga penjual. Pertukaran barang atau jasa hanya akan terjadi jika penjual dan pembeli telah

menyepakati harga. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Cita rasa suatu produk pangan merupakan salah satu penentu terhadap penerimaan produk oleh konsumen. Oleh karena itu para pelaku usaha harus mengoptimalkan cita rasa pada setiap makanan, hal ini menjadi salah satu penentu keberhasilan usaha dalam bidang makanan. Makanan yang memiliki cita rasa yang khas berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah 1. Manfaat Teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memberikan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran. 2. Manfaat Praktis Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan untuk menjaga kepuasan konsumen khususnya melalui kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa.

Tinjauan Teori

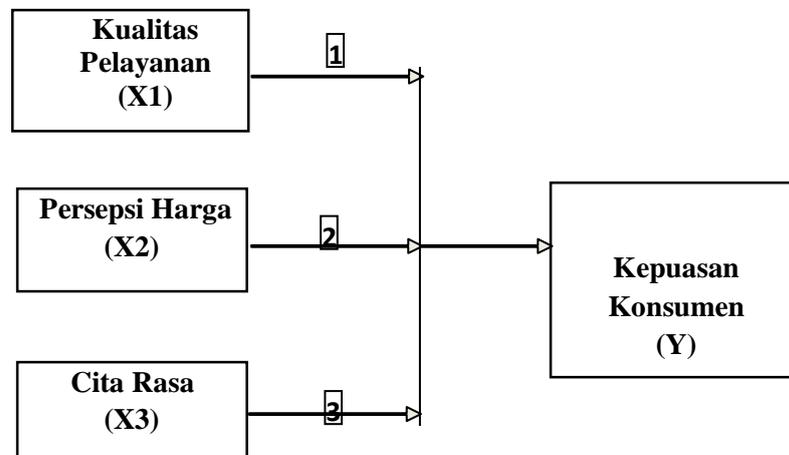
Menurut Kotler & Keller (2016:196) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Menurut Sunyoto (2015:140) kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat.

Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tombeng dkk (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:67) persepsi harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Menurut Cockril dan Goode (2010:368), menyatakan bahwa persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting Keterjangkauan harga, Harga produk dalam reaksi konsumen kepada harga. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maimunah (2019) menunjukkan hasil bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Wahidah (2010:108) Kompleksitas suatu cita rasa dihasilkan oleh keragaman persepsi alamiah. Cita rasa dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu aroma, rasa, dan rangsangan mulut (panas dan dingin). Faktor yang pertama dapat dideteksi oleh indera pencium dan dua faktor yang disebutkan terakhir dapat dideteksi oleh sel-sel sensorik pada lidah. Menurut Setyaningsih (2010:42), mendefinisikan cita rasa sebagai suatu produk makanan yang sangat menentukan apakah produk bisa diterima oleh konsumen atau tidak. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Astuti dkk (2019) menunjukkan hasil bahwa cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Konseptual



Sumber Penelitian Terdahulu :

1. Tombeng dkk (2019), Maimunah (2019), Mutiara dkk (2021)
2. Maimunah (2019), Astuti dkk (2019), Mutiara dkk (2021)
3. Astuti dkk (2019), Husna dkk (2021), Mutiara dkk (2021)

Pembahasan

Hasil pengujian instrumen, item pernyataan seluruh variabel independen dan variabel dependen telah memenuhi syarat sehingga dapat dilanjutkan pada analisis atau tahap berikutnya.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dapat diketahui bahwa data telah terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan melihat nilai signifikan $0,087 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil pengujian multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF variabel kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan cita rasa (X3) < 10 dan angka *tolerance* < 1 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam regresi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel yang diuji tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai Sig di atas 0,05 yang berarti nilai regresi terhindar dari heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini diketahui variabel terikat pada regresi ini ialah kepuasan konsumen (Y) sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan cita rasa (X3). Model regresi berdasarkan hasil pengujian adalah $Y = 3.337 + 0.099 X_1 + 0.286 X_2 + 0.187 X_3$

Hasil pengujian secara bersama-sama semua variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan nilai F hitung sebesar 37.768 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan, dengan begitu hipotesis H1 dapat diterima. Apabila uji ini lolos, maka model dalam penelitian layak untuk digunakan, artinya variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa layak digunakan untuk menduga variabel terikat kepuasan konsumen.

Hasil pengujian antara variabel bebas satu persatu terhadap variabel terikat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan cita rasa (X3) memiliki nilai signifikansi

$< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Artinya jika variabel independen kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan cita rasa (X3) meningkat, maka variabel dependen kepuasan konsumen (Y) juga ikut meningkat.

Hasil analisis data variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan. Hasil ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pane dkk (2018), Tombeng dkk (2019), Mutiara dkk (2021) dan Husna dkk (2021) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis data persepsi harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan. Hasil ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Tombeng dkk (2019), Astuti dkk (2019), Mutiara dkk (2021) bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi penelitian ini menolak penelitian Pane dkk (2018) dan Husna dkk (2021) dengan hasil harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis data cita rasa memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Astuti dkk (2019) dan Mutiara dkk (2021) bahwa cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi penelitian ini menolak penelitian Husna dkk (2021) dengan hasil cita rasa berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan

Simpulan dari implementasi deskripsi sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas pelayanan indikatornya adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel kualitas pelayanan direfleksikan oleh indikator kehandalan, dengan pernyataan pelayanan Mie Gacoan sesuai dengan promosinya.
- b. Variabel persepsi harga indikatornya adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel persepsi harga direfleksikan oleh indikator keterjangkauan harga dengan pernyataan harga Mie Gacoan terjangkau.
- c. Variabel cita rasa indikatornya adalah bau, rasa, dan tekstur. Variabel cita rasa direfleksikan oleh indikator rasa dengan pernyataan rasa menu makanan dari Mie Gacoan nikmat.
- d. Variabel kepuasan konsumen indikatornya adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi. Variabel kepuasan konsumen direfleksikan oleh indikator minat berkunjung kembali dengan pernyataan saya bersedia membeli Mie Gacoan lebih dari sekali.

Variabel independen yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen baik secara simultan atau parsial.

Saran

Bagi Peneliti

- a. Penelitian dilakukan pada objek produk makanan lain, sehingga ada kemungkinan mendapatkan kesimpulan dan hasil yang lain.
- b. Peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel yang lain seperti label halal, variasi produk dan sebagainya yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Bagi Perusahaan

- a. Perihal kualitas pelayanan disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan kebersihan tempat agar konsumen tetap nyaman saat berada di Mie Gacoan, karena pada pernyataan ini mendapatkan nilai terendah. Perusahaan juga disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan seperti karyawan yang sigap dalam melayani konsumen, karyawan yang memberikan perhatian jika konsumen membutuhkan bantuan, dan memperhatikan kondisi sarana prasarana.
- b. Perihal persepsi harga disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan persaingan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk agar konsumen tetap setia pada Mie Gacoan, karena pada pernyataan ini mendapatkan nilai terendah. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi harga seperti harga yang terjangkau, harga sesuai dengan kualitas yang diberikan, dan harga yang dapat bersaing dengan produk mie sejenisnya.
- c. Perihal cita rasa disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan bau yang khas dari Mie Gacoan karena bau dari makanan kebanyakan menentukan kelezatan, karena pada pernyataan ini mendapat nilai terendah. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi cita rasa seperti rasa makanan yang nikmat, dan tekstur mie yang lembut mudah dikunyah.

Daftar Pustaka

- Astuti, dkk. (2019). “*Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*”. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Manajemen Dewantara*
- Cockrill, A. Mark M.H. Goode.(2010). “*Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke*”. *The Journal of Product And Brand Management*, 19 (5)
- El Fikri, M. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan*. *Jumant*, 9(1), 1-11.
- Fandy, Tjiptono, (2014).” *Pemasaran Jasa*”. Andi : Yogyakarta
- Husna, dkk. (2021). " *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya*". *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). “*Marketing Management, 15th Edition*”. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc

- Mutiara, dkk. (2021) " *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen*". Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran. Cetakan pertama*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Setyaningsih. (2010). "*Pemasaran dan Strategi Pemasaran Produk*". Yoyakarata: BPFE
- Tombeng, B. dkk. (2019) " *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado The Effect Of Service Quality, Price And Product Quality On Customer Satisfaction At Raja Oci Manado Restaurant*". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado
- Wahidah, N. (2010). "*Komponen Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*". <http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yang-memengaruhi-cita.html>. Diakses tanggal 9 Januari 2022

Nada Lina Hanim *) Adalah Mahasiswa FEB UNISMA
Hadi Sunaryo **) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA
Itha Athia **) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA