

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Betutu Mbak Timah di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi

The Effecting Price and Quality Product On Satisfaction Consumer Chicken Betutu Eating House Mbak Timah In Kalipuro District Banyuwangi

Dani Agung Wicaksono¹, Dewiarum Sari²

¹Politeknik Negeri Banyuwangi, dani@poliwangi.ac.id

²Politeknik Negeri Banyuwangi, dewiarum@poliwangi.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dirumah makan ayam betutu Mbak Timah di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan dua variabel independent yaitu harga dan kualitas produk. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah, sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan metode Purposive Sampling. Metode ini menggunakan responden dengan kriteria yang sudah ditentukan antara lain konsumen berada di rumah makan ayam betutu Mbak Timah, usia minimal 17 tahun, dan minimal sudah pernah berkunjung minimal sebanyak dua kali. Hasil penelitian berdasarkan uji F menunjukkan bahwa nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel harga dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam betutu Mbak Timah.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence consumer satisfaction at Mbak Timah's Betutu Chicken Restaurant in Kalipuro District, Banyuwangi Regency. This study uses two independent variables, namely price and product quality. The population in this study were all consumers of Mbak Timah's betutu chicken restaurant, the sample was taken as many as 60 respondents using the Purposive Sampling method. This method uses respondents with predetermined criteria, including consumers who are in Mbak Timah's Betutu chicken restaurant, at least 17 years old, and at least have visited at least twice. The results of the study based on the F test showed that the value of sig. $0.000 < 0.05$, which means that the price and product quality variables simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. The results of the t-test indicate that

the price and product quality variables have a significant effect on consumer satisfaction while the product quality variable has the most dominant influence on consumer satisfaction at Mbak Timah's Betutu Chicken Restaurant.

Key words : Price, Product Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Bisnis rumah makan memiliki peluang yang cukup menjanjikan apabila mempunyai banyak konsumen. Rumah makan saat ini sudah menjadi tujuan masyarakat untuk tempat berkumpul dengan saudara, keluarga dan teman. Terus meningkatnya konsumen harus diimbangi dengan ketersediaan rumah makan yang ada. Jumlah rumah makan akan berbeda di tiap daerah dipengaruhi dari jumlah penduduknya, semakin padat penduduk di suatu daerah pastinya kebutuhan akan makanan juga akan terus meningkat. Salah satu daerah dengan penduduk terbanyak ke 5 dari 38 Kabupaten di Jawa Timur adalah Banyuwangi (BPS Jawa Timur, 2020).

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur dengan luas wilayah sebesar 5.782 km² yang terbagi menjadi 25 kecamatan, 189 desa, dan 742 dusun dengan jumlah penduduk sebanyak 1.745.675 jiwa (BPS Banyuwangi, 2020). Luas wilayah dan jumlah penduduk tersebut menjadikan Banyuwangi memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian ke arah lebih baik. Pengembangan perekonomian dapat dilakukan melalui beberapa sektor seperti pariwisata, penginapan, pertanian, dan kuliner. Kuliner di Banyuwangi memiliki peluang yang besar untuk dijadikan usaha dikarenakan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi pariwisata yang ada. Banyaknya wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1 yang tertera di bawah ini.

Tabel 1. Data Wisatawan Di Banyuwangi

No.	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara	Total
1.	2016	4,022,449	77,139	4,099,588
2.	2017	4,832,999	98,970	4,931,969
3.	2018	5,200,000	127,420	5,327,420
4.	2019	5,307,054	101,622	5,408,676

Sumber : BPS Banyuwangi (2020)

Wisatawan yang berkunjung di Banyuwangi tercatat sebanyak 5,408,676 jiwa mulai dari tahun 2017-2019. Wisatawan pada tahun 2020 – sekarang mengalami penurunan kurang lebih 70% (BPS Banyuwangi, 2020). Penurunan tersebut dikarenakan dampak dari pandemi Covid-19. Dampak covid ini juga dialami oleh pengusaha rumah makan di berbagai wilayah di Banyuwangi, salah satunya adalah rumah makan ayam betutu Mbak Timah di Kecamatan Kalipuro.

Kecamatan Kalipuro merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Banyuwangi dengan jumlah rumah makan yang tercatat sebanyak 154 (BPS Banyuwangi 2020). Salah satunya adalah rumah makan ayam betutu Mbak Timah di Perum Griya Giri Indah (GGI), Kelurahan Klatak, Kecamatan Kalipuro,

Kabupaten Banyuwangi. Rumah makan ini berdiri sejak tahun 2014 dengan diawali berjualan keliling di daerah perumahan Kelurahan Klatak selama 3 tahun kemudian membangun rumah makan diperumahan Griya Giri Indah dan telah membuka cabang di daerah Kecamatan Ketapang. Rumah makan ini merupakan rumah makan yang paling ramai daripada rumah makan ayam betutu lainnya yang berada di Banyuwangi. Konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah saat ini sedang menurun dikarenakan persaingan yang ketat sesama usaha sejenis dan terdampak Covid-19 sehingga menurunkan jumlah penjualan sebanyak 30 sampai 50 persen.

Penjualan yang menurun di rumah makan ayam betutu Mbak Timah selain dari dampak Covid-19 adalah persaingan sesama usaha sejenis yang akan berhubungan dengan kepuasan konsumen. Konsumen dikatakan puas jika harapannya terpenuhi. Permasalahan yang sering ditemui di rumah makan ayam betutu Mbak Timah diantaranya kesalahan pelayanan seperti sering tertukarnya menu makanan dan terlalu lamanya pelayanan serta pembuatan produk. Produk yang tidak bisa bertahan lama menjadi permasalahan dalam menjaga kualitas produk. Penyimpanan produk ayam betutu yang salah mengakibatkan produk akan basi dan tidak bisa digunakan lagi.

Lokasi rumah makan di kawasan perumahan juga menjadi salah satu hal yang di pertimbangan konsumen untuk membeli produk. Akses yang mudah dan dapat dijangkau konsumen akan berdampak pada biaya tambahan yang dikeluarkan untuk membeli produk (Lupiyoadi, 2001). Harga akan menjadi kendala jika pengusaha tidak melihat penetapan harga dari usaha sejenis yang berada disekitar rumah makan. Konsumen cenderung memilih harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang berkualitas. Persaingan harga dan penetapan harga menjadi faktor yang harus di perhatikan untuk menjadikan konsumen tetap puas akan produk yang dibeli. Permasalahan ini bisa di minimalisir jika produk yang disajikan berkualitas dan lokasi yang mudah di akses dan harga yang sesuai. Permasalahan dapat diantisipasi jika pengusaha tetap menjaga kepuasan konsumen dengan terus memerhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Sumantini & Tias, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Penelitian ini menguji faktor-faktor apa saja yang menjadikan konsumen merasa puas setelah membeli makanan berupa ayam betutu yang dibeli di rumah makan Mbak Timah di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Kepuasan konsumen menjadi hal yang harus diperhatikan dan harus di tingkatkan oleh pelaku bisnis kuliner agar usahanya tetap dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Naik turunnya suatu bisnis kuliner tidak lepas dari konsumen yang merasa puas atau tidak puas membeli produk tersebut, kepuasan konsumen dapat dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor untuk melihat kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan harga.

Perusahaan perlu melihat pentingnya kepuasan konsumen dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang loyal (setia) sehingga memberikan

manfaat yang tinggi bagi perusahaan. Harga yang sesuai harapan konsumen dan manfaat serta kualitas produk yang diinginkan maka akan timbul suatu kepuasan konsumen.

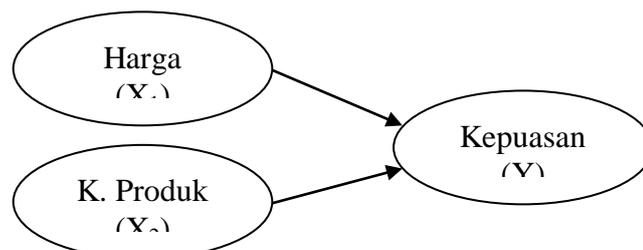
Salah satu cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memperhatikan faktor harga. Konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah daripada perusahaan yang menawarkan produknya lebih mahal dengan kualitas produk yang hamper mirip. Kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas lebih tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau dengan kualitas barang yang baik (Amanah, 2010).

Membuat dan menjaga kualitas produk dalam sebuah bisnis makanan penting dilakukan untuk memastikan produk yang dibuat tetap dapat diterima konsumen sehingga konsumen akan tetap membeli produk tersebut dengan alasan puas dengan kualitas produk yang sesuai dengan kualitasnya. Kepuasan produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan pengusaha bisnis makanan untuk diperhatikan, diminta dan digunakan oleh konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dikarenakan jika semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan (Kotler dan Keller, 2009).

Kualitas dapat dikategorikan sebagai suatu hal yang strategis untuk digunakan berkompetisi dengan para pesaing bisnis karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumensehingga menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen setelah menggunakan produk tersebut. Hal itu juga sama dengan pernyataan Mulyadi (2007), bahwa kepuasan konsumen sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diturunkan hipotesis dan kerangka konseptual dari penelitian ini sebagai berikut :

- H₁**: Variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam betutu Mbak Timah.
- H₂**: Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam betutu Mbak Timah.
- H₃**: Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam betutu Mbak Timah.
- H₄**: Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam betutu Mbak Timah



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dikuantitatifkan. Pada penelitian ini variabel yang diteliti merupakan variabel kualitatif sementara jenis data yang diperlukan adalah data kuantitatif sehingga penelitian ini menggunakan data berupa data kualitatif yang dikuantitatifkan. Proses pengolahan data menggunakan skala likert dan data diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis lebih lanjut menggunakan IBM SPSS *Statistic* 25. Penelitian ini terdiri atas tiga variabel, yaitu harga dan kualitas produk sebagai variabel bebas (*independent*) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (*dependent*).

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Jadi populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah.

Sampel merupakan sebagian kecil populasi telah dipelajari di penelitian dan hasilnya dianggap menjadi gambaran dari populasi sendiri. Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *Nonprobability sampling* yaitu metode sampling memberikan peluang tidak mirip atas tiap bagian populasi yang ditentukan sebagai sampelnya (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. *Sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu anggota sampel memiliki kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Pada metode ini diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan itu sampel yang digunakan harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan seperti:

- Konsumen yang berada di rumah makan ayam betutu Mbak Timah.
- Usia minimal 17 tahun.
- Minimal sudah pernah berkunjung ke rumah makan ayam betutu Mbak Timah sebanyak 2 kali.

Hal ini nantinya dapat menghasilkan data yang lebih *representative* (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus menurut Roscoe, memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian adalah jumlah anggota sampel minimal 10 sampai dengan 20 dari jumlah variabel yang diteliti. Berikut ini perhitungan sampel pada penelitian ini:

$n = \text{jumlah anggota sampel} \times \text{jumlah variabel (independen + dependen)}$

$n = 20 \times (2 + 1)$

$n = 60$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 60 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment* (*Pearson*). Dalam uji validitas ini, kriteria suatu nilai dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} adapun rumus untuk mengetahui r_{tabel} yaitu $r_{tabel(a,n-2)}$ dari

tabel *product moment*. Pada uji validitas ini diketahui n adalah 60 dan $\alpha = 5\%$, maka $r_{\text{tabel}(5\%,60-2)} = 0,2542$. Setiap item dikatakan valid jika lebih besar dari 0,2542.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Sig.	Keterangan
Harga (X_1)	$X_{1.1}$	0,849	0,2542	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,820	0,2542	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,789	0,2542	0,000	Valid
	$X_{1.4}$	0,717	0,2542	0,000	Valid
	$X_{1.5}$	0,802	0,2542	0,000	Valid
Kualitas Produk (X_2)	$X_{2.1}$	0,843	0,2542	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,803	0,2542	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,815	0,2542	0,000	Valid
	$X_{2.4}$	0,735	0,2542	0,000	Valid
	$X_{2.5}$	0,524	0,2542	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y_1	0,747	0,2542	0,000	Valid
	Y_2	0,840	0,2542	0,000	Valid
	Y_3	0,634	0,2542	0,000	Valid
	Y_4	0,667	0,2542	0,000	Valid
	Y_5	0,589	0,2542	0,000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Dalam uji reliabilitas, suatu instrumen penelitian dapat diterima bila dalam kisaran *Cronbach Alpha* > 0,60 dianggap baik atau reliabel adapun tabel hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Harga (X_1)	0,805	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,792	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,777	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 atau 60%, sehingga dapat diartikan bahwa semua *item* pernyataan pada setiap variabel dalam penelitian ini reliabel dan dapat diuji lanjut.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengolahan data didapatkan persamaan regresi pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	4.560	2.018		2.260	.028
Harga	.398	.096	.427	4.131	.000
Kualitas Produk	.402	.102	.409	3.949	.000

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Variabel *dependent* pada model regresi linier berganda ini adalah kepuasan konsumen (Y) sedangkan variabel *independent* adalah variabel harga (X₁) dan kualitas produk (X₂). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah :

$$Y = 4,560 + 0,398X_1 + 0,402X_2$$

Keterangan :

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Produk

Y : Kepuasan Konsumen

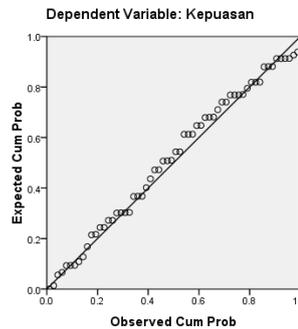
Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah :

- a. Nilai sebesar 4,560 merupakan nilai konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari kedua variabel *independent* dan faktor lain, maka variabel kepuasan konsumen (Y) mempunyai nilai konstanta yaitu sebesar 4,560.
- b. Koefisien regresi 0,398 menyatakan bahwa semakin baik harga maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,398 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.
- c. Koefisien regresi 0,402 menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,402 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.

Berdasarkan *output* SPSS, nilai R *Square* adalah sebesar 0,494 atau 49,4%. Artinya variabel harga dan kualitas produk secara simultan mampu mempengaruhi perubahan variabel kepuasan konsumen sebesar 49,4%, sedangkan sisanya 50,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini seperti faktor citra merek, promosi, lokasi, pelayanan dan lain sebagainya yang perlu diteliti selanjutnya.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah dilakukan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pendekatan normal P-P (*plot of regression standardized residual*) dengan syarat jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut dinyatakan normal, jika sebaliknya data tidak menyebar disekitar garis diagonal maka data tidak normal. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil sebagai berikut :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
 Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas karena data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut.

Uji multikolinieritas yaitu pengujian untuk melihat apakah antar variabel bebas dari model regresi terdapat korelasi atau tidak, jika nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi gangguan multikolinieritas, tetapi apabila nilai toleransi $< 0,1$ dan $VIF > 10$ maka terjadi gangguan multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X_1)	0,829	1,206	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Produk (X_2)	0,829	1,206	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai tolerance dari variabel harga $0,829 > 0,1$ dan $VIF 1,206 < 10$ dan kualitas produk $0,829 > 0,1$ dan $VIF 1,206 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antar variabel bebas menunjukkan tidak ada gangguan multikolinieritas.

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser digunakan dengan meregresikan antara variabel *independent* dengan nilai *absolute residualnya*. Jika nilai signifikansi antara variabel *independent* dengan *absolute residual* $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Harga (X_1)	-0,884	0,380	Bebas Heterokedastisitas
Kualitas Produk (X_2)	-1,099	0,276	Bebas Heterokedastisitas

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan uji glejser dapat diketahui tidak terjadi heterokedastisitas karena nilai signifikansi dari masing-

masing variabel *independent* $> 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji hipotesis menunjukkan penelitian ini dapat diterima dengan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung sebesar $27,818 > 3,16$. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,494, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah ditentukan 49,4% oleh variabel harga dan kualitas produk, selebihnya 50,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah yang berarti H_1 diterima.

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa harga rumah makan ayam betutu Mbak Timah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh harga (X_1) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{sig } \alpha 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} 4,131 > 2,001$ yang berarti H_2 diterima. Berdasarkan hasil tersebut harga produk rumah makan ayam betutu Mbak Timah dinilai terjangkau oleh konsumen dan konsumen merasa puas dengan rumah makan ayam betutu Mbak Timah tersebut.

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa variabel kualitas produk pada rumah makan ayam betutu Mbak Timah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh kualitas produk (X_2) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{sig } \alpha 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} 3,949 > 2,001$ yang berarti H_3 diterima. Sedangkan hasil uji analisis regresi linier berganda menunjukkan dari dua variabel bebas yang terdiri dari Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2), dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai beta terbesar yaitu 0,402 yang merupakan nilai terbesar diantara variabel bebas yang lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan ayam betutu Mbak Timah di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi dengan menggunakan beberapa pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) variabel *independent* yaitu variabel harga (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji F yang menunjukkan hasil bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $27,818 > 3,16$.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah, dibuktikan dengan melihat perhitungan dari uji t yang menunjukkan hasil $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $4,131 > 2,001$.

- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam betutu Mbak Timah, dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji t yang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,949 > 2,001$.
- d. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan yaitu variabel kualitas produk (X_2), hal ini dibuktikan dengan melihat nilai beta terbesar yaitu 0,402 yang merupakan nilai terbesar diantara variabel bebas yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. 2010 “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery Dan Cake Shop Cabang Hm Yamin Medan” *Jurnal keuangan & bisnis*, 2(1), 71-87.
- Andrew, E., & Sikula, M. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Azwar, S. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [BPSB] Badan Pusat Statistik Banyuwangi. 2019. Tentang Jumlah Kecamatan, Desa, dan Dusun Di Kabupaten Banyuwangi. Badan Pusat Statistik Banyuwangi. Banyuwangi.
- [BPSB] Badan Pusat Statistik Banyuwangi. 2019. Tentang Jumlah Penduduk Di Kabupaten Banyuwangi. Badan Pusat Statistik Banyuwangi. Banyuwangi.
- [BPSB] Badan Pusat Statistik Banyuwangi. 2019. Tentang Jumlah Rumah Makan Di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Badan Pusat Statistik Banyuwangi. Banyuwangi.
- Bungin, B. 2001. *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cahya, E. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Dimiyati. 2009. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Gaman. & Sherrington. 1996. *The Science of Food* (4th edition). Oxford Butterworth: Heinemann.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. 1997. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indrawati. 2017. *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung: Refikaaditama.
- Jones, W. 2000. *Noni blessing holdings. Food Quality Analysis*, Oregon
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.

- Kotler, P. 2005. *Manajemen pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta:salemba empat.
- Maimunah, S. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Tepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *iqtishad EQUITY*, 1(2).
- Nurmansyah. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pengantar*. Pekanbaru: Unilak Press.
- Parasuraman, A., L. Leonard., Berry, and V. A. Zeithaml. 1985. A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research. *Journal Of Marketing*. 49:41-50.
- Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. 2012. *Food science* (5th edition). New York: Chapman and Hall
- Purna,I. M. 2019. Betutu Bali Menuju Kuliner Diplomasi Budaya Indonesia. *Patanjala*, 11(2).
- Subarkah, A. R. 2018. Potensi dan prospek wisata halal dalam meningkatkan ekonomi daerah (studi kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, 4(2), 49-72.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Banung: Alfabeta.
- Sulistyoningsih. 2011. *Gizi Untuk Kesehatan Ibu dan Anak*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal EkonomiBisnis*, 3(2), 111-118.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Indeks.