

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 11, December 2023
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10369168)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10369168>

Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Wendy's Palembang

Putri Angelica Evelyn¹, Kevin Antonio Susanto²

¹²Universitas Katolik Musi Charitas Palembang

E-mail korespondensi: putriangelica@gmail.com, vyynn31@gmail.com

Abstract

This research aims to examine the effect of price and product on customer satisfaction at Wendy's Palembang. The technique used for data collection was by distributing questionnaires on a Likert scale, with a total of 116 respondents. The type of research used in this research is a quantitative approach. The sampling technique uses non-probability sampling using the Accidental Sampling technique. This research data processing uses SPSS 26 software. The results of this research show that partially, the price variables (X1 and Product (X2) have a positive and insignificant effect on customer satisfaction. This research shows that all the independent variables used are price (X1) and product (X4) influences customer satisfaction.

Keywords: Price, Product, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh harga dan produk terhadap kepuasan pelanggan Wendy's Palembang. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan skala likert, dengan jumlah 116 responden. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Pengolahan data penelitian ini menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga (X1 dan Produk (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang di gunakan yaitu harga (X1) dan produk (X4) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Produk, Kepuasan Pelanggan

Article Info

Received date: 28 November 2023

Revised date: 3 December 2023

Accepted date: 10 December 2023

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk yang membutuhkan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan gizi. Makanan dan minuman juga berguna untuk menambah energi untuk beraktivitas sehari hari. Semakin banyak populasi di dunia maka makin banyak juga orang yang membutuhkan makan dan minuman. Kita dapat melihat suatu potensi yang besar untuk bisnis restoran. Perkembangan bisnis makanan dan minuman cukup pesat banyak orang berlomba lomba untuk membuka bisnis makanan dan minuman. Karena di era yang serba digital dan orang di jaman sekarang banyak yang sibuk karena pekerjaannya. Banyak orang yang memilih untuk membeli dari restoran untuk mempermudah mereka. Maka dari itu jenis restaurant yang mengalami perkembangan adalah restoran *fastfood*.

Restoran Cepat saji merupakan rumah makan yang menyediakan makanan dan minumannya dengan waktu yang relatif singkat. Tidak hanya singkat waktu penyajiannya rasa dari restoran cepat saji juga tidak kalah dengan restoran yang biasanya. Sehingga dapat bersaing dengan restoran biasa. *fastfood* juga menjadi pilihan masyarakat yang memiliki waktu yang terbatas dikarenakan pekerjaannya. Banyak orang yang memilih makanan cepat saji Ketika konsumen ingin keluar rumah.

Banyak Restaurant cepat saji di Indonesia salah satunya yaitu Wendy's. Wendy's sendiri berasal dari Amerika penduduk sekitar menjual produk unggulannya yaitu burger. Pendiri Wendy's yaitu Dave Thomas pada tanggal 15 November 1969. Nama Wendy's di ambil dari nama pangilan anak keempatnya yaitu Wenda atau Wendy. Perusahaan induknya berdiri di Dublin Ohio.

Wendy's di buka pada tahun 1969 hingga 1985 Wendy's mampu mengembangkan gerai nya sampai 3000 outlet. Pada tahun 1991 Wendy's masuk ke Indonesia di kota Jakarta. Pada tahun 2012 Wendy's di akuisisi oleh CT Corp. Wendy's memiliki lebih dari 40 outlet di kota kota besar di 12 kota Indonesia. Namun restoran *fast food* di Indonesia semakin berkembang, dengan itu Wendy's pun harus memberikan perhatian terhadap kepuasan pelanggan agar tidak kalah bersaing dengan kompetitornya.

Oleh karena itu restoran di haruskan dapat membuat kesan yang mendalam dan juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan sesuatu yang berkesan melalui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono (2018), Melalui kepuasan kinerja yang diberikan oleh karyawan perusahaan untuk konsumen sesuai dengan kualitas produk yang telah di tawarkan oleh perusahaan. Tujuan utama sebuah bisnis adalah membuat pelanggan merasa puas.

HASIL

Hasil Uji Validitas

Dalam rangka mengetahui uji validitas, dapat digunakan korelasi bivariate pearson jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Pada tabel dibawah, bisa dilihat nilai r hitung, nilai tersebut adalah nilai validitas butir, selengkapnya bisa dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Harga (X1)

No	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	H1	0,708	0,1824	VALID
2	H2	0,627	0,1824	VALID
3	H3	0,721	0,1824	VALID
4	H4	0,739	0,1824	VALID

Untuk menilai apakah nilai-nilai diatas valid atau tidak, bandingkan dengan r tabel pada $DF = N-2$ dan probabilitas 0,05. Nilai $DF = 116 - 2 = 114$. r tabel pada DF 114 probabilitas 0,05 adalah 0,1824. Dari tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel adalah valid, karena terbukti bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikan 5%. Artinya semua instrumen variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena memenuhi kriteria.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Produk (X2)

No	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	P1	0,624	0,1824	VALID
2	P2	0,709	0,1824	VALID
3	P3	0,564	0,1824	VALID
4	P4	0,657	0,1824	VALID

$DF = 116 - 2 = 114$. r tabel pada DF 114 probabilitas 0,05 adalah 0,1824. Dari tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel adalah valid, karena terbukti bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikan 5%. Artinya semua instrumen variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena memenuhi kriteria.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	KP1	0,669	0,1824	VALID
2	KP2	0,759	0,1824	VALID
3	KP3	0,664	0,1824	VALID
4	KP4	0,724	0,1824	VALID

Untuk menilai apakah nilai-nilai diatas valid atau tidak, bandingkan dengan r tabel pada $DF = N-2$ dan probabilitas 0,05. Nilai $DF = 116 - 2 = 114$. r tabel pada DF 114 probabilitas 0,05 adalah 0,1824. Dari tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel adalah valid, karena terbukti bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikan 5%. Artinya semua instrumen variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena memenuhi kriteria.

Hasil Uji Reabilitas

Pada tabel dibawah ini, bisa dilihat nilai Alpha, nilai tersebut adalah nilai Reliabilitas dari item kuesioner yang di gunakan, dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,70 maka pernyataan dalam di katakan reliabel (Ghozali, 2018). Dapat di lihat sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Standard	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,897	0,70		Realiabel
Produk (X2)	0,902	0,70		Realiabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,904	0,70		Realiabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di ketahui bahwa nilai Alpha lebih besar daripada 0,070 dengan itu maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan pada model regresi linier berganda untuk mengetahui apakah model regresi sesuai dengan kaidah BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Uji asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model analisis regresi, variabel terikat dan variabel bebasnya sudah terdistribusi secara normal atau belum. Dalam penelitian ini, uji normalitas dengan melihat nilai dengan ketentuan jika nilai probabilitas lebih besar dari $\alpha = 5$ persen (0,05) maka data tersebut berdistribusi normal atau tidak terdapat masalah normalitas. Berikut ini adalah hasil uji normalitas menggunakan SPSS Ver 25 :

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		116
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,88974807
<i>Mosst Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,89
	<i>Positive</i>	0,58
	<i>Negative</i>	-0,089
<i>Test Statistic</i>		0,089
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,024
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction</i>		

Berdasarkan pada tabel 4.6 uji normalitas dengan Kolmogrof-Sminov Test untuk variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai Asymp.sig sebesar 0,024 lebih besar dari 0,05 maka untuk variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) data berdistribusi secara normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat gejala multikolinieritas pada model dengan melihat nilai Variance Inflation Model (VIF). Jika nilai VIF melebihi angka 10 maka model regresi terdapat gejala multikolinieritas dan sebaliknya. Berikut ini adalah hasil dari uji multikolinieritas yang diolah dengan SPSS ver 25:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		

	Harga (X1)	0,934	1,071
	Produk (X2)	0,934	1,071
a. Dependent Variable : Y			

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.6 menunjukkan nilai VIF dari variabel Harga (X1) adalah 1,071 dan Produk (X2) adalah 1,071. Nilai VIF dari kedua variabel bebas kurang dari 10. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini bebas dari gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan sama variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig (2 tailed)	Kesimpulan
Harga (X1)	0,139	Bebas Heteroskedastisitas
Produk (X2)	0,033	Bebas Heteroskedastisitas
a. Dependent Variable : AbsUt		

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) adalah 0.139 dan Produk (X2) adalah 0,033. Nilai signifikansi dari kedua variabel bebas > 0,05. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda di gunakan untuk melihat secara langsung pada pengaruh yang di miliki oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang di lakukan dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Lokasi (X2), Promosi (X3) dan Product (X4) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Dapat di lihat berikut merupakan hasil uji regresi berganda, yaitu :

Tabel 8. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients*						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,151	0,895		2,403	0,018
	TH	0,068	0,046	0,142	1,490	0,139
	TP	-0,108	0,050	-0,205	-2,156	0,033
a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat di susun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,151 + 0,068 (\text{Harga}) - 0,108 (\text{Produk})$$

Persamaan regresi linier berganda yang di paparkan dapat di berikan penjelasan sebagai berikut :

- Konstanta bernilai positif sebesar 2,151 memberikan hasil bahwasanya Harga dan Produk maka Kepuasan Pelanggan akan berada pada skor sebesar 2,151.
- Koefisien regresi pada variabel Harga bernilai positif sebesar 0,068 Maka, setiap peningkatan 1 skor pada variabel Harga akan memiliki pengaruh terhadap peningkatan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.068.
- Koefisien regresi pada variabel Produk bernilai negati sebesar -0,108. Maka, jika variabel Product menurun maka memiliki pengaruh terhadap penurunan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar - 0,108.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan terhadap data yang telah dirumuskan untuk membuktikan apakah hipotesis yang telah dirumuskan tersebut dapat diterima atau ditolak dan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji statistik yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari uji simultan (Uji F), uji parsial (Uji t).

Uji T

Uji t dikenal dengan uji persial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t dapat di lihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Uji T

Variabel	Beta	T hitung	T tabel	Sig
Harga (X1)	0,068	1,490	1.658	0,139
Produk (X2)	-0,108	-2,156	1.658	0,033

Berdasarkan hasil pengujian statistik dengan SPSS ver 25 pada tabel 4.4 diatas angka t tabel dengan ketentuan 0,05 dan $dk = (n - k - 1)$ atau $(116 - 2 - 1)$ sehingga nilai Ttabel adalah sebesar 1,658 maka dapat di ketahui pada masing-masing independen adalah sebagai berikut :

a. Harga

Dari hasil pengujian dapat di ketahui bahwa dari nilai Thitung = 1,490 artinya $Thitung < Ttabel$ ($1,490 < 1,658$) dan signifikansi variabel Harga (X1) adalah sebesar 0.0139 dimana nilai tersebut $<$ dari $\alpha = 5$ persen (0,05) dengan koefisien positif. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Produk

Dari hasil pengujian dapat di ketahui bahwa dari nilai Thitung = 1,490 artinya $Thitung < Ttabel$ ($-2,156 < 1,490$) dan signifikansi variabel Product adalah sebesar 0.033 dimana nilai tersebut $<$ dari $\alpha = 5$ persen (0,05) dengan koefisien positif. Maka dapat disimpulkan bahwa Product berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Harga, Lokasi, Promosi, Product secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil dari perhitungan Uji F dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	187,456	2	93,728	25,789	0,000

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh F hitung = 25,789 untuk menentukan nilai F hitung dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (degree of freedom), $df = (n - k)$ atau $(118 - 2)$ dan $(k1)$ atau $(2 - 1)$, df ($118 - 2 = 116$) dan $(2 - 1 = 1)$ hasil yang diperoleh untuk F tabel adalah 3,634. Jadi hasil perhitungan $Fhitung > Ftabel$ ($25,789 > 3,634$) dengan diperoleh nilai sig ($0,000 < 0,05$) maka secara simultan (bersama- sama) variabel independen Harga dan Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan kekuatan asosiatif antara variabel bebas dan variabel terikat secara keseluruhan. Nilai korelasi berkisar antara 0 dan 1 yang menunjukkan bahwa nilai 0 adalah hubungan yang terjadi sangat lemah, dan nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Moder Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	0,560	0,313	0,301	1,906
a. Predictions (Constant), Total Produk, Total Harga				
b. Dependent Variable Total Kepuasan Pelanggan				

Berdasarkan perhitungan diatas nilai R Square sebesar 0,313 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,301 yang menunjukkan bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 31,23% atau lebih akurat lagi yaitu 30,1%. Hal ini berarti 30,1%. pengungkapan Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Harga dan Produk.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut penelitian yang telah di lakukan di dapatkan hasil Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan . Dengan ini hasil yang di dapatkan sesuai dengan hipotesis, sehingga hipotesis di terima.

Berdasarkan hasil yang di dapatkan bahwasanya harga memiliki pengaruh positif dan signifikan, berarti harga di Wendy's terbukti memuaskan pelanggan, dengan harganya yang terjangkau dan kesesuaian kualitas produk yang di dapatkan dengan mengorbankan nominal uang yang telah di bayarkan. Pelanggan Wendy's merasakan suatu keuntungan dengan mengorbankan harga yang ada sehingga memberikan nilai bahwasanya Wendy's dengan menerapkan harga yang sekarang dapat bersaing dengan kompetitor yang di milikinya.

Ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Mariansyah dan Syarif (2020) dimana di dalam penelitian yang di lakukan memberikan hasil bahwasanya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2018) definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Begitupun menurut Tjiptono (2016), produk merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok; produk fisik dan kemasannya; serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya. Dengan itu di ketahui produk merupakan benda yang di dapatkan oleh konsumen dari perusahaan yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen tersebut.

Menurut penelitian yang telah di lakukan di dapatkan hasil bahwasanya Product (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan ini hasil yang di dapatkan tidak sesuai dengan hipotesis, sehingga hipotesis di tolak.

Berdasarkan hasil yang di dapatkan bahwasanya produk memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan, berarti produk bukanlah hal yang memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan Wendy's.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dibahas pada bab sebelumnya mengenai pengaruh harga, lokasi, promosi dan produk terhadap kepuasan pelanggan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi

- Izzudin dan Muhsin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6 No.1.
- Larasati. (2019). Pengaruh Marketing Mix-7p Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Malang. *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2 Nomor 3.
- Mariansyah dan Syarif. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, Vol. 3, No. 2