

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Senopati, Jakarta Selatan

Rudeva Juniawaty<sup>1)</sup>, Siti Juriah<sup>2)</sup>, Ratu Balqis F.P. Lubis<sup>3)</sup>, M. Furqon Rahimullah<sup>4)</sup>, Syalia Putri<sup>5)</sup>, Sania Nurfaiza Izzati<sup>6)</sup>, Nugroho Imam Prakoso<sup>7)</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Program Studi Bisnis Digital, Universitas Indraprasta PGRI

### INFO ARTICLES

#### Key Words:

Product quality, price, customer satisfaction



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

**Abstract:** The purpose of this study was to investigate in more detail how product quality and price affect customer satisfaction. The study population consisted of all customers who visited KFC Senopati. Accidental sampling technique was used to collect samples, resulting in a total of 100 customers for analysis. The findings showed that product quality significantly affects customer satisfaction, and similarly, the price variable also has a significant effect on customer satisfaction. The results of the f-test revealed that both product quality (X1) and price (X2) variables, when considered together, significantly affect customer satisfaction (Y).

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki secara lebih rinci bagaimana kualitas produk dan harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Populasi penelitian terdiri dari semua pelanggan yang mengunjungi KFC Senopati. Teknik pengambilan sampel secara aksidental digunakan untuk mengumpulkan sampel, sehingga total 100 pelanggan untuk dianalisis. Temuan menunjukkan bahwa kualitas produk secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, dan demikian pula, variabel harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji f mengungkapkan bahwa kedua variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2), jika dipertimbangkan bersama-sama, secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan (Y).

**Correspondence Address:** Jln. Raya Tengah No. 80 Kelurahan Gedong, Pasar Rebo, Jakarta Timur 13760, Indonesia; e-mail: [rudeva.j@gmail.com](mailto:rudeva.j@gmail.com)

**How to Cite (APA 6<sup>th</sup> Style)** Juniawaty, R., Juriah, S., Lubis, R. B. F. P., Rahimullah, M. F., Putri, S., Izzati, S. N., Prakoso, N. I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Senopati, Jakarta Selatan. *Prosiding Diskusi Panel Nasional Pendidikan Matematika*, 707-714.

**Copyright:** Juniawaty, Juriah, Lubis, Rahimullah, Putri, Izzati, & Prakoso, (2024)

## PENDAHULUAN

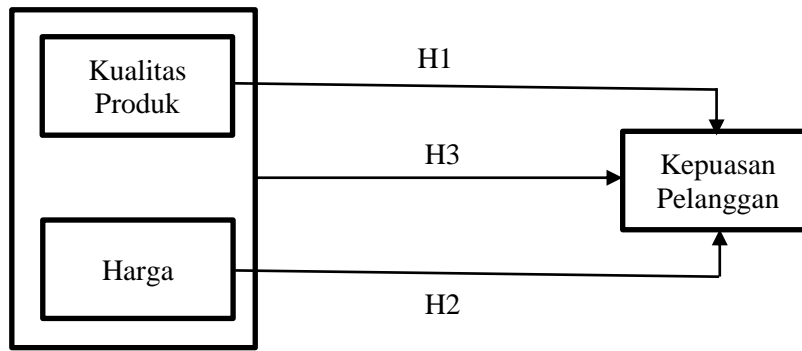
Dalam dunia bisnis kontemporer, di mana persaingan semakin ketat dan ekspektasi konsumen terus meningkat, kepuasan pelanggan memegang peranan penting. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang selanjutnya akan mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Ketika konsumen merasa puas dengan kualitas suatu produk, mereka cenderung akan menjadi pelanggan tetap dan membagikan pengalaman positif mereka kepada orang-orang di sekitar mereka. Promosi dari mulut ke mulut seperti itu menjadi bentuk iklan gratis bagi bisnis. Menurut penelitian Setyo, (2017), meskipun kualitas produk memiliki dampak kolektif terhadap kepuasan konsumen, harga tidak memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan di Best Autoworks. Lebih lanjut, temuan dari Meilisa & Artina (2023) menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa senang dengan harga lebih cenderung mengembangkan loyalitas terhadap merek. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Efendi & Widyastuti (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersamaan memengaruhi kepuasan konsumen, dengan kualitas produk sebagai faktor yang paling signifikan memengaruhi kepuasan.

Dalam pasar yang kompetitif, pelaku usaha tidak hanya harus menyediakan produk berkualitas tinggi, tetapi juga harus menetapkan harga yang wajar untuk memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Afnina & Hastuti (2018) dan Sholikhah & Hadita (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan, berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan selanjutnya memengaruhi loyalitas pelanggan. Sebaliknya, harga tetap menjadi elemen penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Di sisi lain, harga juga memainkan peran krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan. Penelitian Putra & Seminari (2020) menunjukkan bahwa harga yang wajar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan harga yang dibayarkan yang sesuai dengan kualitas produk yang diterima, biasanya cenderung akan untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu, Hastono & Diana (2021) menegaskan bahwa kualitas produk dan kewajaran harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, tetapi juga oleh interaksi antara kedua faktor tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Gika et.,al (2023) menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan harga yang mereka bayar untuk produk berkualitas tinggi cenderung menjadi pelanggan setia. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan strategi penetapan harga yang tidak hanya kompetitif tetapi juga mencerminkan nilai yang diberikan kepada pelanggan.

KFC Senopati banyak memberikan varian untuk memberikan produk salad yang berbeda, yang diharapkan mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dengan memahami hubungan ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang KFC Senopati di pasar.

## METODE

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggambarkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi pada artikel ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke KFC Senopati. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, dalam proses penelitian didapatkan sampel yang berjumlah 100 pelanggan. Desain dalam artikel adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. Desain Penelitian**

Hipotesis artikel sebagai berikut :

H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di KFC Senopati

H2 : Diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di KFC Senopati.

H3 : Diduga secara bersama-sama kualitas produk dan harga pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

## HASIL

### Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Ghozali (2021:66), uji ini bertujuan untuk menentukan apakah kuesioner tersebut sah atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang diajukan dapat mengungkapkan variabel yang ingin diukur. Sebuah pertanyaan dinyatakan valid jika nilai loading factor-nya lebih besar dari 0,70. Jika terdapat pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria validitas, maka pertanyaan tersebut perlu diperbaiki, diganti, atau dihapus. Dalam proses pengambilan keputusan mengenai uji validitas, peneliti membandingkan hasil perhitungan Pearson Product Moment dengan nilai rtabel yang ditentukan, yaitu 0,700 :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

- r : Korelasi *Product Moment*
- xy : Skor pertanyaan dikalikan skor total
- x : Skor pertanyaan
- n : Jumlah responden
- y : Skor total keseluruhan

Dari hasil uji validitas ketiga variabel tersebut, didapatkan hasil :

- (1). variabel kualitas produk 14 pernyataan valid; (2). variabel harga 18 pernyataan valid dan (3). variabel kepuasan pelanggan 19 pernyataan valid
2. Uji Reliabilitas, menurut Ghozali (2021:61) adalah alat untuk menilai reliabilitas pernyataan dalam kuesioner, apakah perilaku mereka terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner merupakan sebuah indikator dari suatu variabel atau konstruk. Jika nilai Cronbach Alpha suatu konstruk atau variabel lebih dari 0,70, maka konstruk atau variabel tersebut dianggap reliabel. Berdasarkan ketentuan perjanjian berikut: Dengan persamaan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

- $r_{11}$  : reliabilitas  
 $n$  : jumlah *item pernyataan yang diuji*  
 $\sum \sigma t^2$  : jumlah varians skor setiap *item*  
 $\sigma t^2$  : varians total

Dari hasil uji reliabilitas ketiga variabel tersebut, didapatkan hasil :

- (1). *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk 0,961; (2). *Cronbach Alpha* variabel harga 0,984 dan (3). *Cronbach Alpha* variabel kepuasan pelanggan 0,983. Berdasarkan hasil *Cronbach Alpha*, ketiga variabel tersebut reliabel.

## Pengujian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Berganda

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup> |        | Collinearity Statistics |           |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------------------------|-----------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients | t      | Sig.                    | Tolerance | VIF   |
| 1     | (Constant) | 3.571                       | 3.265      |                           | 1.094  | .277                    |           |       |
|       | PRO_X1     | .119                        | .109       | .073                      | 1.094  | .277                    | .193      | 5.182 |
|       | HAR_X2     | .927                        | .069       | .892                      | 13.445 | .000                    | .193      | 5.182 |

a. Dependent Variable: Y

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,571 + 0,119X_1 + 0,927X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- (a) Nilai konstanta ( $a$ ) = 3,571 dapat diartikan bahwa semua variabel pada ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) tidak mengalami perubahan maka variabel dependen ( $Y$ ) adalah sebesar 3,571.
- (b) Nilai Koefisien pada variabel ( $X_1$ ) adalah 0,119, setiap mengalami kenaikan 1 maka akan mengalami kenaikan sebesar 0,119 dengan asumsi variabel independen lain dengan nilai tetap.
- (c) Nilai koefisien regresi harga ( $X_2$ ) sebesar 0,927, artinya, setiap mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.927 dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap.

**2. Uji Hipotesis Penelitian (Uji t)**

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|              | B                           | Std. Error |                           |        |      |                         |       |
| 1 (Constant) | 3.571                       | 3.265      |                           | 1.094  | .277 |                         |       |
| PRO_X1       | .119                        | .109       | .073                      | 1.094  | .277 | .193                    | 5.182 |
| HAR_X2       | .927                        | .069       | .892                      | 13.445 | .000 | .193                    | 5.182 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**3. Goodness of Fit (Uji F)**

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Berikut hasil yang didapat peneliti :

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                  | Regression | 11882.720      | 2  | 5941.360    | 540.002 | .001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1067.240       | 97 | 11.002      |         |                   |
|                    | Total      | 12949.960      | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), HAR\_X2, PRO\_X1

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**4. Uji Koefisien Determinasi(R<sup>2</sup>)**

Menurut Ghazali (2021;147), menyatakan bahwa penentuan awal koefisien menunjukkan beberapa keterbatasan model dalam menyajikan variabel dependen. Terdapat dua jenis koefisien determinasi: nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak sebaik dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai yang mendekati satu menandakan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menentukan variabel dependen.

- (a) R<sup>2</sup> = 0, maka variabel independen (X) tidak mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen (Y).
- (b) R<sup>2</sup> = 1, maka variabel independen (X) mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen (Y).

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .958 <sup>a</sup> | .918     | .916              | 3.31700                    |

a. Predictors: (Constant), HAR\_X2, PRO\_X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

## PEMBAHASAN

### 1. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menggambarkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dimiliki KFC Senopati maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Dian Yunitasari (2019) yang menyatakan Pengaruh produk sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui produk yang dimiliki KFC Senopati merupakan salah satu faktor kunci untuk kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan faktor penting dan salah satu faktor kritis dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang semakin tinggi tentu akan dapat dijadikan ukuran untuk melihat seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran KFC Senopati.

### 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis penelitian variabel harga terhadap kepuasan menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menggambarkan bahwa dengan semakin murah dan sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan KFC Senopati. Harga dapat memengaruhi suatu kepuasan pelanggan yang datang berkunjung dan dapat memicu pembelian produk yang dimiliki oleh restoran tersebut. Jadi semakin sesuai harga yang diberikan oleh KFC Senopati akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

### 3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis terhadap variabel produk dan harga, keduanya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat dilihat dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyo (2017) dan Putra & Seminari (2020) yang menyatakan bahwa dengan kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan yang berkunjung ke KFC Senopati maka sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Produk (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di KFC Senopati. terlihat Nilai uji t hitung yang dihasilkan pada variabel Produk adalah 1.094 dengan sig 0,277. Hasil analisis sig 0,277 lebih kecil dari 0,5 artinya secara individu variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel Harga (X2) mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan di KFC Senopati terlihat dari data yang di dapat oleh peneliti dengan nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel harga adalah 13.445 dengan sig 0.000 lebih kecil dari 0,5 artinya variabel harga sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Variabel produk dan harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang datang untuk menikmati menu yang disediakan KFC Senopati. Terlihat dari nilai uji nilai F hitung adalah 12949.960 dengan F sig 0,0001 dimana nilai F lebih kecil dari 0,5 . Dan dapat diartikan bahwa simultan pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2),berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian,pembahasan dan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan KFC Senopati sebagai berikut:

1. Seiring dengan pesatnya persaingan bisnis di bidang kuliner disarankan KFC Senopati untuk meningkatkan kembali kualitas produk,contohnya pembuatan menu baru karena hal tersebut dapat menarik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang datang.
2. Lebih memperhatikan harga karena dengan harga yang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan maka akan lebih mengundang banyak pelanggan yang datang untuk mencoba dan hal ini dimaksudkan agar dapat lebih memberikan kepuasan pelanggan yang ingin mencoba menu di KFC Senopati.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Efendi, M. J., & Widyastuti, D. iriandha. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Usaha Cuci Mobil “Salem” Desa Sumokembangsri Kecamatan Balongbendi Kabupaten Sidoarjo). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 447–457. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.103>
- Gika, N., & Dkk. (2023). Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 18–28.
- Hastono, H., & Diana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Fasta Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pepper Lunch Cabang Central Park Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 163. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11030>
- Meilisa, M., & Artina, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan French Bakery & Bistro Atmo. *MDP Student Conference*, 2(2), 394–400. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4297>
- Putra, K. A. G. K., & Seminari, N. K. (2020). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kewajaran Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan the Old Champ Cafe. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(10), 3423. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i10.p01>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga

Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur.  
*Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>