



Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD

Nelly Farensia², Roozana Maria Ritonga²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: s19210182@student.ubm.ac.id, rritonga@bundamulia.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-06 Keywords: <i>Product quality;</i> <i>Price;</i> <i>Customer satisfaction.</i>	<p>This study aims to analyze the influence of product quality and price on customer satisfaction at Bakmie SKW Kalimantan in Pasar Modern BSD, South Tangerang. The culinary business in South Tangerang has rapidly developed due to economic growth, increasing number of tourists, and a young population, leading to intense competition among restaurants. Bakmie SKW Kalimantan is known for its authentic taste passed down through generations and affordable pricing, attracting many customers. Visitor data in 2024 shows a significant increase, likely influenced by product quality and pricing strategies. This research employs a quantitative method with a regression approach to examine the effect of product quality and price on customer satisfaction. The results are expected to provide recommendations for Bakmie SKW Kalimantan's management to enhance customer satisfaction and competitiveness in the competitive culinary market. Thus, this study contributes to understanding the factors that affect customer loyalty and the sustainability of restaurants in Pasar Modern BSD.</p>
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-06 Kata kunci: <i>Kualitas produk;</i> <i>Harga;</i> <i>Kepuasan pelanggan.</i>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD, Tangerang Selatan. Bisnis kuliner di Tangerang Selatan berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, jumlah wisatawan, dan populasi yang didominasi generasi muda, sehingga persaingan antar restoran semakin ketat. Bakmie SKW Kalimantan dikenal dengan cita rasa autentik yang telah diwariskan secara turun-temurun, serta harga yang terjangkau, sehingga mampu menarik banyak pelanggan. Data kunjungan pelanggan pada tahun 2024 menunjukkan peningkatan signifikan, yang diduga dipengaruhi oleh kualitas produk dan strategi penetapan harga. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan regresi untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi manajemen Bakmie SKW Kalimantan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar kuliner yang kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan serta keberlangsungan usaha restoran di Pasar Modern BSD.</p>

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia terutama bisnis kuliner merupakan fenomena yang sangat menarik untuk kita teliti, dalam dunia bisnis kuliner menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Banyaknya perusahaan yang berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kondisi kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan langkah yang tepat dalam bervariasi (Anggundari et al., 2023; Haikal et al., 2024). Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara

terus-menerus berimprovisasi dan berinovasi untuk mendapatkan, mempertahankan dan menambah konsumennya. Banyak berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, salah satunya adalah bisnis kuliner seperti bisnis restaurant yang memiliki peluang usaha yang menguntungkan. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran (Kotler, 2000).

Kuliner merupakan sebuah kebutuhan dan gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan dan minuman yang sangat dibutuhkan oleh tubuh untuk beraktivitas mulai dari hidangan sederhana hingga hidangan yang berkelas tinggi dan mewah.

Pada saat ini perusahaan banyak yang bergerak dalam bidang makanan. Di Tangerang khususnya Kota Tangerang Selatan, perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan (restoran) mudah ditemui. Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan di Kota Tangerang Selatan, membuat persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Setiap perusahaan menginginkan mendapatkan laba dan jumlah konsumen meningkat serta setia pada perusahaannya. Restoran atau rumah makan salah satu tujuan bagi semua kalangan untuk memenuhi kebutuhan makanan, sehingga banyak pelaku bisnis yang terjun dalam dunia kuliner yaitu restoran (Adzani & Saputra, 2022; Arniessa & Nirawati, 2023).

Perkembangan pesat rumah makan dan restoran di Tangerang Selatan tidak terlepas dari beberapa faktor utama. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang signifikan di wilayah ini telah meningkatkan daya beli masyarakat, menciptakan permintaan yang lebih tinggi untuk pengalaman kuliner yang beragam. Kedua, Tangerang Selatan memiliki populasi yang didominasi oleh generasi muda yang aktif dan gemar mencari tempat-tempat makan baru yang trendi dan instagramable. Hal ini mendorong munculnya berbagai konsep restoran yang unik dan menarik. Ketiga, lokasi Tangerang Selatan yang strategis, berdekatan dengan Jakarta dan kota-kota besar lainnya, menjadikannya tujuan kuliner yang menarik bagi warga sekitar maupun wisatawan. Selain itu, kehadiran pusat-pusat perbelanjaan dan kawasan bisnis baru di Tangerang Selatan juga turut memicu adanya pertumbuhan rumah makan dan restoran.

Berbagai macam pilihan kuliner, mulai dari masakan tradisional Indonesia hingga hidangan internasional, dapat ditemukan dengan mudah di kota ini. Persaingan yang ketat antar pelaku usaha kuliner juga mendorong mereka untuk terus berinovasi dan menawarkan kualitas serta pelayanan yang terbaik. Dengan demikian, tidak mengherankan jika Tangerang Selatan kini menjadi salah satu destinasi kuliner yang populer di wilayah Jabodetabek.

Berikut merupakan data jumlah rumah makan dan restoran di kota Tangerang Selatan pada tahun 2022-2023.

Tabel 1. Jumlah Rumah Makan & Restoran menurut kecamatan di kota Tangerang Selatan tahun 2022 & 2023

No	Kecamatan	Restoran		Warung Makan	
		2022	2023	2022	2023
1	Serpong	199	199	32	32
2	Serpong Utara	505	505	17	17

3	Pondok Aren	710	710	15	15
4	Ciputat	120	120	4	4
5	Ciputat Timur	100	100	7	7
6	Pamulang	184	184	25	25
7	Setu	25	25	6	6
Total		1843	1843	106	106

Jumlah wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan rumah makan dan restoran di kota Tangerang. Kunjungan wisatawan menciptakan permintaan akan berbagai jenis kuliner, mendorong munculnya beragam pilihan tempat makan, mulai dari yang sederhana hingga restoran mewah. Wisatawan lokal cenderung mencari hidangan khas daerah atau tempat makan yang sedang populer di kalangan masyarakat. Sementara itu, wisatawan mancanegara seringkali tertarik dengan masakan Indonesia yang autentik, tetapi juga mencari pilihan hidangan internasional.

Peningkatan jumlah wisatawan juga memicu persaingan antar rumah makan dan restoran. Hal ini mendorong pelaku usaha kuliner untuk berinovasi, baik dalam menu maupun konsep tempat makan, agar dapat menarik perhatian wisatawan. Selain itu, kehadiran wisatawan juga berdampak pada peningkatan pendapatan daerah melalui sektor pariwisata dan kuliner. Dengan demikian, jumlah wisatawan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi pertumbuhan dan perkembangan industri rumah makan dan restoran di kota Tangerang.

Berikut merupakan data jumlah wisatawan yang datang ke kota Tangerang pada tahun 2023.

Tabel 2. Jumlah wisatawan Nusantara &Mancanegara menurut kecamatan di kota Tangerang Selatan

No	Kebangsaan	Jumlah Wisatawan
1	Lokal	2090106
2	Mancanegara	24547

Sebagai salah satu pusat perbelanjaan di kota Tangerang Selatan, Pasar Modern BSD tidak hanya dikenal sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai surga bagi para pecinta kuliner. Pasar ini merupakan destinasi utama bagi mereka yang mencari pengalaman berkuliner yang unik dan memuaskan, menawarkan berbagai pilihan hidangan yang menggugah selera. Konsep pasar modern yang luas dan tertata rapi menciptakan suasana yang nyaman bagi pengunjung untuk menjelajahi berbagai macam kuliner yang tersedia didalamnya. Pasar Modern BSD tidak hanya menampung restoran dan kafe, tetapi juga gerai-gerai makanan kaki lima, kedai-kedai

tradisional, dan kuliner malam yang menawarkan berbagai jenis hidangan, mulai dari masakan Indonesia, Asia, hingga Internasional. Kehadiran beragam kuliner di Pasar Modern BSD telah menjadi daya tarik tersendiri bagi kawasan ini, memberikan kontribusi signifikan terhadap destinasi kota Tangerang Selatan, dan menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat yang modern.

Pasar Modern BSD menawarkan berbagai macam pilihan kuliner bagi pecinta kuliner, ditengah ramainya makanan dan pilihan kuliner yang banyak masuk kedalam pasar ini terdapat sebuah tempat makan yang menarik perhatian yaitu Bakmie SKW Kalimantan, Kedai / resto ini hadir sebagai representasi kuliner Kalimantan khususnya daerah Singkawang.

Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD bukan sekadar tempat makan bakmie biasa, melainkan menyajikan resep turun-temurun yang diwariskan secara generasi. Cita rasa khas Kalimantan dihadirkan melalui bahan-bahan buatan sendiri seperti mie, topping, dan kuah kaldu yang disajikan dengan kacang kedelai dan lobak, semuanya menggunakan bahan pilihan. Keunikan rasa menjadi daya tarik utama, di mana resep asli Kalimantan telah disesuaikan dengan selera masyarakat Tangerang yang cenderung menyukai rasa gurih dan asin, tanpa menghilangkan keaslian cita rasa aslinya.



Gambar 1. Restoran Bakmie SKW Kalimantan

Bakmie SKW Kalimantan juga menawarkan berbagai variasi menu lain yang cukup menarik, tidak hanya bakmie dengan berbagai pilihan topping (daging babi) mereka juga menyajikan hidangan lainnya seperti, Kwetiau, Bihun, Nasi tim, bakso ikan dan Pangsit rebus. Menu menu ini diciptakan dengan berbagai tekstur dan rasa yang sudah di sesuaikan sehingga pelanggan tidak hanya dapat menikmati satu hidangan namun dapat mencicipi berbagai jenis hidangan yang tersedia. Selain beberapa hal yang sudah disebutkan diatas bakmie SKW juga memberikan harga yang terjangkau, untuk seporsi Bakmie Komplit yang terdiri dari Bakmie dengan 4 macam topping daging babi, sepasang pangsit

rebus dan sepasang bakso ikan dijual dengan harga hanya 40rb saja. Hal ini juga menjadi daya tarik bagi pengunjung karena bukan hanya dari rasanya saja namun pengunjung juga dapat menikmati bakmie tersebut dengan harga yang terjangkau.



Gambar 2. Restoran Bakmie SKW Kalimantan

Berdasarkan analisis terhadap ulasan pelanggan pada platform Google Review, Bakmie SKW Kalimantan menunjukkan citra positif di mata konsumen. Mayoritas ulasan memberikan penilaian tinggi terhadap rasa bakmie yang autentik dan porsi yang memuaskan. Beberapa pelanggan secara khusus menyoroti penggunaan bahan-bahan segar dan kualitas bumbu yang meresap, menciptakan cita rasa yang khas dan digemari. Selain itu, kecepatan penyajian dan keramahan staf juga menjadi poin penting yang seringkali mendapatkan pujian. Meskipun demikian, beberapa ulasan juga mencantumkan keluhan terkait ramainya pembeli yang mengharuskan pembeli lain agak sedikit menunggu lama, rasa yang menurut pembeli kurang gurih dan harga yang dianggap sedikit di atas rata-rata dan ketersediaan tempat duduk yang terbatas pada jam-jam sibuk. Secara keseluruhan, review Google menunjukkan bahwa Bakmie SKW Kalimantan berhasil membangun reputasi sebagai restoran bakmie yang berkualitas dan layak untuk direkomendasikan, meskipun perlu adanya perhatian terhadap beberapa aspek seperti harga dan kapasitas tempat. Berdasarkan fenomena diatas, peneliti

ingin mengetahui bagaimana harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen di Restoran Bakmie SKW Kalimantan.

Restoran sekarang sangat penting karena sudah menjadi salah satu bagian penting dari kehidupan manusia. Hal ini seringkali dikaitkan dengan peningkatan mobilitas masyarakat dan aktivitas kerja yang padat, yang dapat menyebabkan semakin banyak orang menghabiskan waktu di luar rumah. Akibatnya, orang-orang mulai mencari sesuatu yang praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Mengingat bahwa dengan adanya persaingan bisnis pada restoran semakin berkembang, maka restoran dituntut untuk tidak hanya berfokus dengan target penjualannya, namun lebih pada memperhatikan konsumen. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan, maka restoran juga perlu memastikan konsumen merasa puas serta menjaga keberlanjutan dengan restoran.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, Restoran selalu memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran seperti kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang di tawarkan agar dapat berkualitas. Menyadari akan peranan pengguna dan pengaruh kepuasan pengguna, restoran harus berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan penggunanya. Oleh karena itu perusahaan dituntut secara terus-menerus untuk memperhatikan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan bagi konsumen.

Agar konsumen merasa puas, perusahaan perlu memerlukan strategi yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang prima. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Selain kualitas layanan, restoran juga harus memperhatikan kualitas produk yang dijual. Menurut Ariyanto (2024) dan Suadnyani et al. (2024), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Menurut Knight & Kotschevar (2000) kualitas makanan merupakan suatu

tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai.

Selain kualitas layanan dan produk yang diperhatikan. Harga juga merupakan faktor penting untuk menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan, 2018). Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen (Saladin, 2008).

Kepuasan konsumen itu sendiri menurut Kotler & Armstrong (2018) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Supranto, 2016).

Tabel 3. Data Jumlah pengunjung Bakmie SKW Kalimantan tahun 2024

Bulan	Tahun 2024
Januari	2383
Februari	2319
Maret	3464
April	3494
Mei	2887
Juni	2547
Juli	2208
Agustus	2102
September	2264
Oktober	3368
November	3269
Desember	3585
Total	33.890

Jika merujuk pada tabel data jumlah pengunjung Bakmie SKW Kalimantan tahun 2024, terlihat bahwa terdapat tren peningkatan jumlah pengunjung dari bulan ke bulan, dengan total keseluruhan mencapai 33.890 pelanggan dalam satu tahun. Lonjakan jumlah pengunjung ini menunjukkan adanya respons positif dari konsumen terhadap keberadaan Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh efektivitas strategi pemasaran, kualitas produk yang diterima dengan baik, serta harga yang kompetitif. Namun demikian, peningkatan penjualan tersebut belum sepenuhnya menjamin

bahwa seluruh aspek pemasaran, khususnya kualitas produk dan harga, telah memberikan kontribusi maksimal terhadap kepuasan pelanggan. Masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga benar-benar berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks persaingan pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Penelitian ini difokuskan pada pelanggan Bakmie SKW Kalimantan yang berada di Pasar Modern BSD dan hanya membahas variabel kualitas produk dan harga sebagai dua faktor utama yang diperkirakan memengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor lain seperti pelayanan, promosi, atau suasana tempat tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini. Responden yang dilibatkan adalah pelanggan yang telah membeli dan mengonsumsi produk bakmie tersebut, dengan pengumpulan data yang dilakukan pada periode tertentu menggunakan metode survei kuantitatif. Selain itu, penelitian hanya akan membahas kepuasan secara umum terhadap kualitas produk dan harga, tanpa menguraikan secara terpisah elemen-elemen spesifik seperti rasa, porsi, atau tekstur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara objektif pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen dalam meningkatkan strategi pemasaran, khususnya dalam mempertahankan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan. Bagi konsumen, hasil penelitian ini diharapkan mendorong peningkatan kualitas layanan dan produk yang lebih memuaskan. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pengembangan dalam studi sejenis, serta memberikan nilai akademis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran di kalangan akademisi.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD (Sugiyono, 2022). Subjek penelitian adalah konsumen yang telah membeli dan mengonsumsi Bakmie SKW Kalimantan di lokasi tersebut, sedangkan objek penelitian berupa variabel

independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2), serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Penelitian dilakukan pada Januari hingga Mei 2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan pendekatan simple random sampling. Berdasarkan data pengunjung sebanyak 33.890 orang pada tahun 2024, jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin, sehingga diperoleh 100 responden (Handayani, 2020).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 1-5, yang disebarkan langsung kepada responden. Teknik analisis data menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antara variabel bebas dan variabel terikat. Selain itu, uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya kontribusi kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tabel 4. Hasl Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator pada variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid karena nilai r hitung masing-masing pernyataan lebih besar dari r tabel sebesar 0,197.

Bukti Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,827	0,197	Valid
	0,844	0,197	Valid
	0,804	0,197	Valid
	0,874	0,197	Valid
	0,846	0,197	Valid
	0,840	0,197	Valid
	0,864	0,197	Valid
	0,817	0,197	Valid
	0,865	0,197	Valid
	0,849	0,197	Valid
	0,850	0,197	Valid
	0,847	0,197	Valid
	0,861	0,197	Valid
	0,830	0,197	Valid
	0,851	0,197	Valid
	0,812	0,197	Valid
	0,869	0,197	Valid
0,856	0,197	Valid	
0,843	0,197	Valid	

Harga (X2)	0,869	0,197	Valid
	0,869	0,197	Valid
	0,837	0,197	Valid
	0,841	0,197	Valid
	0,840	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,851	0,197	Valid
	0,883	0,197	Valid
	0,858	0,197	Valid
	0,837	0,197	Valid
	0,860	0,197	Valid
	0,870	0,197	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator pada variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid karena nilai r hitung masing-masing pernyataan lebih besar dari r tabel sebesar 0,197.

Tabel 5. Hasl Uji Reliabilitas

Bukti Pernyataan	Cronbach Alpha	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,971	0.70	Reliabel
Harga (x2)	0,951	0.70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,929	0.70	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas terlihat bahwa ketiga variable memiliki nilai Cronbach alpha > 0,70 sehingga dapat disimpulkan ketiga variable dapat disebut baik dan reliabel.

Tabel 6. Hasl Uji Normalitas

Nilai Sig	P Value	Keterangan
0.200	0.05	Terdistribusi Normal

Dari hasil uji terlihat bahwa nilai asymp sig (2 tailed) 0,200 atau setara dengan 20%, dan melebihi batas signifikansi yaitu 0,05 (5%) sehingga data penelitian ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas sesuai dengan kriteria pengujian

Tabel 7. Hasl Uji Multikolonearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,123	8.152	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Harga (X2)	0.123	8.152	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai tolerance pada variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) lebih dari 0,1 serta nilai

VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, dan kedua variabel independen tidak menunjukkan korelasi yang signifikan satu sama lain.

Tabel 8. Hasl Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.259	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0.515	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, nilai signifikansi pada masing-masing variabel independen menunjukkan angka di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas dan data memenuhi asumsi homogenitas varians.

Tabel 9. Hasl Uji Hipotesis

Variabel	Nilai Sig	P Value	Keterangan
Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	0.000	0.05	Berpengaruh Signifikan
Harga → Kepuasan Pelanggan	0.001	0.05	Berpengaruh Signifikan
Kualitas Produk dan Harga → Kepuasan Pelanggan	0.000	0.05	Berpengaruh Signifikan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Kualitas Produk dan Harga, memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga masing-masing berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 10. Hasl Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.933	0.870	0.867

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, nilai Adjusted R² sebesar 0,867 menunjukkan bahwa 86,7% variasi pada variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan Harga, sedangkan sisanya sebesar 13,3%

dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi lebih kecil 0.001 dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Pelanggan cenderung memberikan penilaian positif dan loyalitas terhadap produk yang mampu memenuhi ekspektasi dari segi rasa, tampilan, bahan, dan konsistensi penyajian. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wijayanti & Subagyo (2025) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner tradisional. Temuan serupa dikemukakan oleh Aisyah & Tuti (2022) bahwa kualitas produk, terutama dari segi rasa dan tampilan, menjadi faktor utama dalam pembentukan persepsi kepuasan pelanggan restoran. Hakim et al. (2023) juga menemukan bahwa atribut kualitas seperti bahan baku segar, keunikan rasa, dan penyajian yang konsisten berperan besar dalam menjaga kepuasan konsumen di industri makanan. Sementara itu, penelitian Waris et al. (2023) menguatkan bahwa pelanggan cenderung lebih puas dan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk makanan yang dinilai berkualitas tinggi secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar mampu membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi lebih kecil 0.000 dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diterima pelanggan

akan meningkatkan tingkat kepuasan. Ketika konsumen merasa bahwa harga yang dibayar sepadan dengan manfaat yang diperoleh, mereka cenderung merasa puas dan loyal terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa et al. (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner UMKM. Selain itu, Fiazisyah & Purwidiani (2018) juga menemukan bahwa harga yang kompetitif dan dianggap "worth it" menjadi salah satu faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan di restoran cepat saji. Penelitian lain oleh Oktaviansyah & Suwitho (2020) menegaskan bahwa harga yang sesuai ekspektasi konsumen menciptakan persepsi nilai yang tinggi, sehingga pelanggan merasa dihargai. Selanjutnya, Juniantara & Sukawati (2018) menambahkan bahwa dalam konteks bisnis makanan, harga yang jelas, adil, dan sesuai dengan kualitas produk sangat berkontribusi terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi lebih kecil 0.000 dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara persepsi harga yang sesuai dan kualitas produk yang baik menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa harga sepadan dengan mutu yang ditawarkan, maka kepercayaan dan loyalitas terhadap produk akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan temuan Eltantian et al. (2023) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal serupa juga disampaikan oleh Alfatiha & Samsiyah (2024) dalam studi mereka pada UMKM kuliner, di mana kualitas dan harga produk bersama-sama berkontribusi positif terhadap pembentukan kepuasan pelanggan. Ruliansah & Seno (2020) menegaskan bahwa persepsi konsumen atas harga dan

kualitas menentukan loyalitas jangka panjang. Sementara itu, Solihin & Yunisa (2023) menemukan bahwa konsumen cenderung lebih puas jika produk tidak hanya berkualitas tetapi juga ditawarkan dengan harga yang kompetitif. Dukungan juga datang dari Aziza et al. (2024) yang membuktikan bahwa kedua variabel ini secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan, terutama pada bisnis kuliner lokal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tidak dapat hanya bergantung pada satu aspek, tetapi melalui perpaduan yang tepat antara kualitas dan harga yang dirasakan konsumen.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui pengolahan menggunakan SPSS versi 25, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD, baik secara parsial maupun simultan. Seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, serta model regresi yang digunakan memenuhi asumsi-asumsi klasik, seperti normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Selain itu, analisis deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel utama berada dalam kategori tinggi, dengan kualitas produk menjadi faktor yang paling menonjol dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan mutu produk dan penyesuaian harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan dapat secara efektif meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap produk Bakmie SKW Kalimantan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis, saran yang dapat diberikan kepada Bakmie SKW Kalimantan di Pasar Modern BSD adalah pentingnya peningkatan aspek selera pada produk, mengingat indikator ini memiliki skor terendah dalam variabel kualitas produk. Pengembangan menu dan penyesuaian rasa sesuai preferensi pelanggan dapat menjadi strategi yang efektif. Selain itu, keunikan

produk perlu terus dipertahankan sebagai daya tarik utama. Dalam aspek harga, penawaran diskon atau promosi dinilai dapat meningkatkan persepsi "worth it" dari konsumen, mengingat indikator ini menjadi yang terendah pada variabel harga. Sementara itu, peningkatan kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan menjaga kualitas produk sekaligus mempertimbangkan penyesuaian harga yang lebih terjangkau.

Dari sisi pelanggan, disarankan agar pihak restoran memperluas area dine-in untuk mengurangi antrean dan meningkatkan kenyamanan saat ramai pengunjung. Selain itu, penambahan variasi menu dan topping dapat meningkatkan minat pelanggan serta mencegah kejenuhan. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang relevan dengan kepuasan pelanggan serta mempertimbangkan metode pengumpulan data kualitatif seperti wawancara atau observasi langsung agar hasil yang diperoleh lebih mendalam dan menyeluruh.

DAFTAR RUJUKAN

- Adzani, B. A., & Saputra, E. (2022). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Nawasena*, 1(3).
- Aisyah, S. R., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe'S Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 168-179.
- Alfatiha, I. M., & Samsiyah, S. (2024). Pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Morang Moreng Snack Di Kecamatan Taman. *Journal of Sustainability Business Research*, 5(1), 16-23.
- Anggundari, W. C., Suroso, A. I., & Setiawan, B. (2023). STRATEGIES AND BUSINESS MODELS OF POST-PANDEMI CULINARY BUSINESS: CASE STUDY OF XYZ RESTAURANT. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 239-251.
- Annisa, P. A., Mustari, Ahmad, M. I. S., Nurdiana, & Supatminingsih, T. (2021). Pengaruh Harga

- dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM (Studi Kasus: Djoin Cafe di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar). *Indonesian Journal of Pedagogical and Social Sciences*, 1(1), 119–137.
- Ariyanto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Menya Musashi Bukotsu Mall Kota Kasablanka. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 672–681.
- Arniessa, A. D., & Nirawati, L. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas Di BSD Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kaa Mieera (JIPKAM)*, 1(1).
- Aziza, A. N., Latief, F., & Nur, Y. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN THE ORIGINOTE PADA INDO'GAYA KOSMETIK KOLONODALE. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 3(7), 697–703. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i7.1385>
- Eltantian, Y. Y., Rangga, Y. D. P., & Meylano, N. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Rindu Lokaria. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 91–103. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i3.153>
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *E-Journal Boga*, 7(2), 168–187.
- Haikal, M., Fajri, F., Zaki, N. N., Pratama, R. A., Noviyanti, I., & Pengembangan, S. (2024). KEBERLANJUTAN USAHA KULINER: ANALISIS TANTANGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 2297–2314.
- Hakim, A. L., Handoko, Y., & Dewi, W. (2023). Pengaruh Food Quality Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Saat Pandemi. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 2–10. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.34>
- Handayani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hasan, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesoan Indovisi Institute*, 1(3), 83–104.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955–5982.
- Knight, J. B., & Kotschevar, L. H. (2000). *Quantity: Food production, planning, and management (3rd ed.)*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing (Edisi 15 G)*.
- Ni Made Mega Putri Suadnyani, Wimba, I. G. A., & Wulandari, N. L. A. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumka Bali Restoran di Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 951–959.
- Oktaviansyah, R. R., & Suwitho. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan Java Paragon Hotel and Residence. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 06–18.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Saladin, D. (2008). *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian*. Linda Karya.
- Solihin, D., & Yunisa, F. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Md Frozen Food Di Pasar Ciputat Tangerang Selatan. *Jurnal*

- ARASTIRMA Universitas Pamulang, 3(1), 206–216.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan 3). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. March, 624.
- Waris, K., Wahono, B., & Khoirul, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Warung Makan Tacibay Dinoyo Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510–518.
- Wijayanti, K. D., & Subagyo, M. I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Rusuk Joss Pamulang. *JURNAL ILMIAH FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 7(1), 1–8.
<https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.475>