

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIXUE DI CIMAHI UTARA**

**Yufiansya Fauza Mirad<sup>1</sup>, Yenny Maya Dora<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

Penulis korespondensi: yenny.maya@widyatama.ac.id

---

### **ABSTRAK**

*Saat ini perkembangan bisnis es krim semakin berkembang pesat. Salah satunya adalah Mixue. Semenjak viral, es krim Mixue mendapat banyak peminat dari masyarakat. Tetapi, seiring perjalanan waktu pengunjung Mixue setiap bulannya justru mengalami penurunan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada es krim Mixue cabang Citeureup, Cimahi Utara. Adapun jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form dengan Sampel berjumlah 100 orang responden dengan kriteria pernah melakukan pembelian es krim Mixue di Kota Cimahi Utara, Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 22. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan uji simultan membuktikan bahwa kualitas produk dan harga secara mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada es krim Mixue berdasarkan pengujian hipotesis, karena nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel. Artinya, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue. Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan bagi Mixue untuk tetap meningkatkan kualitas produk supaya harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan konsumen.*

---

### **KATA KUNCI**

Mixue, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah perusahaan apabila ingin mendapatkan konsumen yang banyak maka perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sangat penting bagi perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan, yaitu dengan memperhatikan apa yang membuat seseorang konsumen dalam memilih suatu produk. Hal tersebut yang menjadi faktor penyebab berdirinya bisnis kuliner di Kota Cimahi. Mereka bersaing melalui produk dan harga untuk membuat pelanggan puas terhadap produk yang ditawarkan. Salah satunya permasalahan yang telah dialami oleh Mixue.

Permasalahan yang dialami Mixue saat ini, peneliti melakukan wawancara terhadap karyawan Mixue cabang Citeureup menyatakan bahwa saat ini mengalami penurunan dibanding tahun lalu saat Mixue viral di media sosial. Menurut narasumber mengatakan, penyebab menurunnya konsumen yang membeli produk Mixue dikarenakan kebanyakan konsumen membeli saat Mixue viral di media sosial, maka dari itu banyak konsumen yang hanya penasaran dengan bagaimana kualitas dari es krim Mixue tersebut. Adapun kelemahan yang perlu diperhatikan oleh gerai Mixue, seperti salah satu pelanggan Mixue yang pernah mencoba membeli produk dari Mixue, diantaranya, es krim yang cepat meleleh membuat pelanggan harus buru – buru memakan es krim agar tidak terlanjur meleleh, dan ada juga yang menyatakan bahwa produk dari es krim Mixue ini memiliki tingkat kemanisan yang tinggi sehingga menyebabkan rasa haus setelah mengonsumsinya (sumber: mojok.com). Dari data tersebut menunjukkan bahwa penjualan Mixue cenderung tidak stabil dan menurun. Hal ini menjadi permasalahan bagi Mixue. Salah satu cara agar perusahaan Mixue dapat tetap bertahan di industri kuliner, perusahaan perlu mencari cara untuk dapat bertahan dalam meningkatkan penjualan mereka dan selalu menarik perhatian konsumen yaitu dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Es krim merupakan sebuah makanan beku yang dapat dikonsumsi sebagai makanan selingan, teksturnya yang lembut banyak disukai oleh segala kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja maupun orang dewasa. Es krim dibuat melalui proses pembekuan dan agitasi dengan metode membentuk rongga udara pada campuran bahan es krim (Ice Cream Mix/ ICM) sehingga dihasilkan pengembangan volume es krim. ICM pada es krim dapat dibuat dari campuran susu, bahan pemanis, bahan penstabil, pengemulsi dan flavour. Es krim memiliki nilai gizi yang tinggi dibandingkan dengan jenis minuman lain, karena terbuat dari bahan dasar susu. Komposisi gizi per100 gram es krim yang menonjol adalah energi 207 kkal, protein 4 gram, dan lemak 12,5 gram. Es krim sendiri memiliki rasa yang cenderung manis, tekstur yang lembut, dan sensasi yang dingin serta melegakan. Maka dari itu es krim banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pada tahun 2020, rata-rata tingkat konsumsi perkapita es krim sebesar 0,73 L, cenderung meningkat dari tahun sebelumnya (2019), yaitu sebesar 0,7 L (Statista, 2020)

Es krim saat ini menjadi banyak digemari karena memiliki keanekaragaman rasa dan aneka topping bervariasi yang dapat dibuat, seperti beberapa gerai es krim yang saat ini cukup populer yaitu, Mixue, Cooler City, dan WeDrink. Dengan banyaknya gerai es krim yang bermunculan di Indonesia, Mixue harus dapat bersaing dengan brand-brand kompetitor yang baru hadir saat ini. Di Indonesia sendiri, Mixue telah hadir sejak 2020, di mana Franchise pertamanya berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Kota tersebut dipilih sebagai lokasi pelopor es krim Mixue, sebab dinilai daerah ini dikenal dengan pusat wisata kuliner. Kini franchise tersebut meluas hingga ke sejumlah kota besar dengan total mencapai 692 gerai bahkan hingga saat ini terus bertambah. Adapun, pemegang hak franchise Mixue Indonesia adalah PT Zisheng Pacific Trading. Di kota Cimahi sendiri, saat ini Mixue memiliki 9 gerai yang

tersebar di beberapa tempat. Khususnya Cimahi Utara gerai Mixue terus meluas hingga saat ini di kota Cimahi Utara memiliki 3 gerai (sumber : Foodtalks).

Dalam perkembangannya, konsumen menjadi penentu bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Pengusaha dituntut harus cermat untuk mengetahui keinginan konsumen sehingga pengusaha dapat memperbaiki volume penjualan. Untuk memperbaiki volume penjualan dapat memperhatikan kualitas produk dan harga yang sesuai. Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menikmati suatu produk, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Mixue di Cimahi Utara”

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Produk**

Produk dalam pengertian ekonomi diperkenalkan pertama kali oleh ekonom-politisi menurut (Kotler and Armstrong, 2018) ada lima tingkatan produk, yaitu: (a) Core Benefit Yaitu manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen; (b) Basic Product Yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera; (c) Expected Product Yaitu serangkaian atribut – atribut produk dan kondisi – kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk; (d) Augmented Product Yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing; (e) Potential Product Yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa yang akan datang.

Menurut (Kotler and Armstrong, 2018) kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas erat hubungannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Menurut (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu.

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa dalam menentukan kepuasan konsumen yang berhubungan dengan keinginan atau harapan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

### **Harga**

Menurut (Kotler and Armstrong, 2018) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Menurut (Tjiptono, Fandy dan Gregorius, 2017) mengatakan bahwa Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

Berdasarkan pengertian dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen agar menjadi nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari barang/jasa yang diberikan oleh penyedia barang/jasa. Dan harga juga merupakan suatu nilai yang melekat pada suatu barang dan nilai tersebut dinyatakan dengan alat ukur.

Tujuan penetapan harga memerlukan pengawasan secara bertahap untuk menentukan efektivitas dari strategi penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Sebelum harga ditetapkan, manajer harus menetapkan tujuan penetapan harga terlebih dahulu. Berikut tujuan penetapan harga menurut (Angipora, 2020) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut; (1) Mendapatkan laba maksimum; (2) Mendapatkan pengembalian investasi; (3) Mencegah atau mengurangi persaingan; dan (4) Mempertahankan atau memperbaiki market share.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut (Priansa, 2017) Menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon bahagia ataupun kecewa diri seorang yang timbul pasca melakukan perbandingan dari kinerja (output) produk yang asumsikan dengan kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut (Kotler and Armstrong, 2018) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah bentuk respon bahagia atau kecewa terhadap produk yang mereka terima sesuai dengan kinerja atau hasil yang diharapkan.

Menurut (Indrasari, 2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: (1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.; (2) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.; (3) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.; (4) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan; (5) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

### **Kerangka Pemikiran**

Konsep penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti dari beberapa teori yang menghubungkan suatu pemikiran sebagai dasar kerangka pemikiran diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang dipublikasikan melalui jurnal dan teori atau pernyataan pakar terkait kajian yang diteliti yang diperoleh dari text book.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen (Kualitas Produk dan Harga) yang mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Konsumen) dimana peneliti ingin melihat pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga pada Mixue di Kota Cimahi Utara guna Mencapai dan memberikan Kepuasan Konsumen. Strategi penetapan harga perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan karena harga merupakan satu-satunya komponen pemasaran yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Adapun landasan yang dijadikan sebagai konsep dan kerangka berfikir pada penelitian ini adalah uji teliti pada penelitian terdahulu terhadap variabel terkait diantaranya:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Pengujian Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan oleh peneliti terdahulu yakni dilakukan oleh (Rahmawati, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh (Joko Bagio Santoso, n.d. 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Pengujian Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan oleh penelitian terdahulu yakni dilakukan oleh (Susanti, 2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zakaria & Suwitho, 2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara simultan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Kepuasan

Konsumen Pengujian pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan yakni oleh (Nelli Rizayanti, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kencana, 2018) yang menyatakan kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## Hipotesis

Hipotesis merupakan muara kerangka pemikiran penelitian. Hipotesis adalah pernyataan tentang hubungan antara beberapa variabel, berdasarkan kerangka pemikiran. Jumlah hipotesis sama dengan rumusan masalah.

Berdasarkan data yang sudah disebutkan, dapat menyimpulkan hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan adalah: (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue. Hipotesis penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2017) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.; (2) Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue. Hipotesis penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susanti, 2019) yang menyatakan bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.; (3) Kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue. Hipotesis penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nelli Rizayanti, 2021) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Sumber data yang diperoleh dari obyek penelitian yaitu meliputi hasil dari kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer diperoleh secara langsung dengan wawancara langsung dan kuesioner kepada konsumen. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil kuesioner langsung terhadap konsumen Mixue di Kota Cimahi Utara. 46
2. Data sekunder diperoleh dari Pihak manajemen Mixue di Kota Cimahi Utara dan literatur hasil riset pemasaran oleh penelitian sebelumnya yang masih relevan, dan buku-buku mengenai manajemen pemasaran, artikel, jurnal serta internet. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan apa yang berkaitan langsung dengan topik penelitian dengan sumber acuan lainnya.

## Populasi dan Sampel

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang telah membeli es krim Mixue di kota Cimahi Utara yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya.

Rumus Lemeshow:

$$n = z^2 p (1 - p) / d^2$$

Dimana:

n = ukuran sampel

Z<sub>1-a/2</sub> = derajat kemaknaan

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan Rumus Lemeshow, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = z^2 p (1 - p) / d^2$$

$$n = 1,962^2 \cdot 0,5(1-0,5) / 0,1^2$$

$$n = 3,8416 \cdot 0,25 / 0,01$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil di atas didapatkan sejumlah 97 responden. Guna mengatasi tidak terisinya kuesioner, maka peneliti menetapkan sampel sebesar 100 responden. Bersumber data primer. kuesioner online melalui perantara google form kepada responden yang menjadi sampel dan disebarikan melalui jejaring sosial untuk menjangkau responden lebih cepat.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data diperlukan di dalam penelitian guna mengumpulkan data yang dibutuhkan terkait penelitian. Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu wawancara dan kuesioner (google form).

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis menggunakan bantuan computer dengan software spss 22. Pengujian dalam penelitian ini adalah pengujian analisis data, asumsi klasik, dan regresi linear

berganda. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Responden dalam penelitian adalah konsumen yang pernah membeli es krim Mixue di kota Cimahi Utara. Dalam penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 responden sesuai dengan hasil perhitungan sebelumnya.

### Uji Validitas

Sebelum angket digunakan untuk pengumpulan data, maka terlebih dahulu diuji melalui validitas dan reliabilitas menggunakan metode korelasi product moment dan cronbach's alpha. Berdasarkan hasil rekapitulasi yang disajikan melalui tabel 4.3 terlihat bahwa seluruh instrumen penelitian menunjukkan hasil yang valid, dimana nilai r hitung masing-masing instrumen lebih besar dari rtabel ( $n=30$ ) sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki validitas yang baik dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

**Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Produk**

No	R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0,652	0,361	0,000	VALID
2	0,614	0,361	0,000	VALID
3	0,783	0,361	0,000	VALID
4	0,696	0,361	0,000	VALID
5	0,694	0,361	0,000	VALID
6	0,381	0,361	0,038	VALID
7	0,539	0,361	0,002	VALID
8	0,389	0,361	0,034	VALID
9	0,710	0,361	0,000	VALID
10	0,711	0,361	0,000	VALID
11	0,555	0,361	0,001	VALID
12	0,750	0,361	0,000	VALID

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan pada variabel X1 menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari tabel yaitu 0,361 (valid).

**Tabel 2. Uji Validitas Harga**

No	R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0,671	0,361	0,000	VALID
2	0,647	0,361	0,000	VALID
3	0,716	0,361	0,000	VALID
4	0,807	0,361	0,000	VALID
5	0,635	0,361	0,000	VALID
6	0,703	0,361	0,000	VALID
7	0,730	0,361	0,000	VALID
8	0,734	0,361	0,000	VALID

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan pada variabel X2 menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari tabel yaitu 0,361 (valid).

**Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Konsumen**

No	R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0,703	0,361	0,000	VALID
2	0,858	0,361	0,000	VALID
3	0,831	0,361	0,000	VALID
4	0,863	0,361	0,000	VALID
5	0,662	0,361	0,000	VALID

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan pada variabel Y menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari tabel yaitu 0,361 (valid).

### Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil rekapitulasi yang disajikan melalui tabel 4.6 terlihat bahwa seluruh variabel menunjukkan hasil yang reliabel, dimana nilai koefisien reliabilitas masing-masing variabel lebih besar dari r kritis sebesar 0,6. Dengan demikian seluruh variabel penelitian memiliki reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai Alpha	Nilai Bebas	Keterangan
1	Kualitas produk	0,857	0,60	Reliabel
2	Harga	0,854	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,851	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil bahwa nilai alpha semua variabel berada diatas 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan kuesioner tersebut reliabel dan dapat digunakan instrumen dalam penelitian ini.

**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk**

Variabel Kualitas Produk terdiri dari 12 item pernyataan. Pernyataan tersebut digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang dalam pengambilan datanya menggunakan kuesioner. Berikut data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

**Tabel 5. Tanggapan Responden Kualitas Produk**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-Rata	Ket
1	Es krim Mixue memiliki kualitas rasa yang enak	7	21	40	20	10	98	3,05	Netral
2	Bahan – bahan es krim Mixue memiliki kualitas yang aman untuk dikonsumsi	3	6	19	45	24	97	3,83	Setuju
3	Es krim Mixue memiliki kualitas produk yang dapat diandalkan	6	15	34	26	117	98	3,33	Netral
4	Es krim Mixue memiliki kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	6	14	30	38	10	98	3,32	Netral
5	Variasi rasa yang beragam pada produk es krim Mixue sesuai dengan keinginan konsumen	4	8	22	41	22	97	3,71	Setuju
6	Gerai es krim Mixue memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran tunai/no tunai	7	19	38	23	12	99	3,14	Netral
7	Es krim Mixue yang tidak mudah mencair menjadi pilihan konsumen memilih es krim Mixue	4	14	28	36	17	99	3,48	Setuju
8	Es krim Mixue memiliki kemasan yang sesuai keamanan dan tidak mudah rusak	8	18	27	32	10	97	3,22	Netral
9	Es krim Mixue memiliki kualitas produk yang baik dan sesuai yang dijanjikan	7	11	23	43	15	99	3,48	Setuju
10	Pelayanan yang ramah membuat konsumen memilih untuk membeli es krim Mixue	6	13	19	38	22	98	3,58	Setuju
11	Pilihan produk es krim yang menarik membuat konsumen tertarik untuk membeli	5	6	26	41	20	98	3,66	Setuju
12	Varian topping pada es krim Mixue membuat es krim Mixue	5	9	32	37	15	98	3,48	Setuju

sesuai dengan harapan konsumen		
	Rata-Rata	3,44 Setuju

Dapat dilihat bahwa rata-rata responden menyatakan setuju, rata-rata tertinggi didapat dari pernyataan bahan – bahan es krim Mixue memiliki kualitas yang aman untuk dikonsumsi sebanyak 3,83 yang artinya Mixue tetap menjaga kualitas bahan yang aman agar konsumen tetap merasa puas dengan es krim Mixue, sedangkan rata-rata terendah didapat dari pernyataan es krim Mixue memiliki kualitas rasa yang enak sebanyak 3,05 yang artinya masih ada beberapa konsumen yang merasa kualitas es krim Mixue yang terlalu manis dan cepat mencair.

### Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga

Variabel Kualitas Produk terdiri dari 8 item pernyataan. Pernyataan tersebut digunakan untuk mengukur variabel Harga yang dalam pengambilan datanya menggunakan kuesioner. Berikut data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

**Tabel 6. Tanggapan Responden Harga**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-Rata	Ket
1	Harga yang bervariasi dan terjangkau membuat es krim Mixue menarik konsumen untuk membeli	4	8	31	40	13	96	3,52	Setuju
2	Banyaknya promo yang diberikan Mixue membuat konsumen memilih untuk membeli es krim Mixue	4	5	19	44	22	92	3,88	Setuju
3	Harga yang cenderung murah membuat konsumen lebih memilih membeli es krim Mixue	6	5	18	48	20	97	3,73	Setuju
4	Harga yang ditawarkan es krim Mixue memiliki persamaan dengan kompetitor lainnya	5	18	29	35	12	99	3,33	Netral
5	Es krim Mixue menyediakan produk-produk berkualitas yang lebih enak dengan harga yang murah	4	6	23	41	25	99	3,77	Setuju
6	Es krim Mixue memiliki variasi harga yang ditawarkan sesuai dengan merek dan produk tersebut	4	5	23	45	20	97	3,74	Setuju
7	Harga yang sesuai dengan manfaat es krim Mixue membuat konsumen memilih	4	6	25	45	17	97	3,67	Setuju

	untuk membeli produk es krim Mixue									
8	Harga yang ditawarkan es krim Mixue sesuai dengan kemampuan beli konsumen	7	19	29	32	10	97	3,20	Netral	
	Rata-Rata							3,60	Setuju	

Dapat dilihat bahwa rata-rata responden menyatakan setuju, rata-rata tertinggi didapat dari pernyataan banyaknya promo yang diberikan Mixue membuat konsumen memilih untuk membeli es krim Mixue sebanyak 3,88 hal ini dikarenakan Mixue banyak memberikan promo seperti buy 2 get 1 dan diskon jika melakukan pembayaran dengan Shopeepay dan OVO, sedangkan rata-rata terendah didapat dari pernyataan harga yang ditawarkan es krim Mixue sesuai dengan kemampuan beli konsumen sebanyak 3,20 yang artinya masih ada beberapa konsumen merasa harga es krim Mixue belum sebanding dengan kualitas produk dan rasa yang baik.

### Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel Kualitas Produk terdiri dari 5 item pernyataan. Pernyataan tersebut digunakan untuk mengukur variabel Harga yang dalam pengambilan datanya menggunakan kuesioner. Berikut data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

**Tabel 7. Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Total	Rata-Rata	Ket
1	Rasa es krim mixue yang enak membuat konsumen merasa puas	5	7	29	46	10	97	3,50	Setuju
2	Kinerja karyawan Mixue yang cekatan dan tanggap membuat konsumen lebih memilih produk Mixue	4	7	25	43	19	98	3,67	Setuju
3	Tempat yang nyaman dan modern membuat anda memilih untuk membeli es krim Mixue	6	5	18	48	20	97	3,73	Setuju
4	Produk es krim Mixue yang enak dan creamy membuat konsumen puas dan cenderung untuk terus memilih produk dari Mixue	5	10	35	34	14	98	3,42	Setuju
5	Merasa puas dengan produk es krim Mixue karena mendapat informasi dari teman	4	5	24	42	23	98	3,76	Setuju
	Rata-Rata							3,62	Setuju

Dapat dilihat bahwa rata-rata responden menyatakan setuju, rata-rata tertinggi didapat dari pernyataan merasa puas dengan produk es krim Mixue karena mendapat informasi dari teman sebanyak 3,76 yang artinya banyak konsumen yang awalnya penasaran dengan produk es krim Mixue karena mendapat informasi atau rekomendasi dari teman, sedangkan rata-rata terendah didapat dari pernyataan Produk es

krim Mixue yang enak dan creamy membuat konsumen puas dan cenderung untuk terus memilih produk dari Mixue sebanyak 3,42 yang artinya Mixue selalu memperhatikan rasa agar konsumen selalu merasa puas dengan produk es krim Mixue

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian uji t pada variabel Kualitas produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kualitas Produk sebesar 0,144. Dapat dilihat nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan H1 ditolak yang berarti variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Joko Bagio Santoso, n.d. 2019) dimana kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut hasil penelitian (Rahmawati, 2017) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis kualitas produk dapat ditolak.

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian uji t pada variabel Harga terhadap variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Harga sebesar 0,000. Dapat dilihat nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan H2 diterima yang berarti variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Zakaria & Suwitho, 2017) dimana harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan sejalan dengan hasil penelitian (Hamdan & Egar, 2022) mendapatkan hasil yang sama, bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis harga dapat diterima.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil uji f dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian di atas sebanding dengan penelitian terdahulu oleh (Agustina et al., 2019) yang memiliki hasil yang signifikan secara bersama-sama (simultan) antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Dan sejalan dengan hasil penelitian (Nelli Rizayanti, 2021) memiliki hasil yang signifikan juga secara bersama-sama (simultan) antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil olah data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk ditingkat cukup baik baik karena memiliki rata-rata 3,44. Faktor tertinggi yaitu bahan-bahan es krim Mixue memiliki kualitas yang aman untuk dikonsumsi memiliki rata-rata 3,83. Faktor terendah yaitu Es krim Mixue memiliki kualitas rasa yang enak memiliki rata-rata 3,05. Harga ditingkat sudah baik karena memiliki rata-rata 3,60. Faktor tertinggi yaitu Banyaknya promo yang diberikan Mixue membuat konsumen memilih untuk membeli es krim Mixue memiliki rata-rata 3,88. Faktor terendah yaitu Harga yang ditawarkan es krim Mixue sesuai dengan

- kemampuan beli konsumen memiliki rata-rata 3,20. Kepuasan konsumen ditingkat sudah baik karena memiliki rata-rata 3,62. Faktor tertinggi yaitu Merasa puas dengan produk es krim Mixue karena mendapat informasi dari teman memiliki rata-rata 3,76. Faktor terendah yaitu Rasa es krim mixue yang enak membuat konsumen merasa puas memiliki rata-rata 3.50.
2. Kualitas produk pada es krim Mixue termasuk kategori cukup baik. Berdasarkan pengujian hipotesis, karena nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel. Artinya, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue.
  3. Harga es krim Mixue termasuk kategori sudah baik. Berdasarkan pengujian hipotesis, karena nilai t-hitung lebih besar t-tabel. Artinya, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue.
  4. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada es krim Mixue berdasarkan pengujian hipotesis, karena nilai Fhitung lebih besar dari F-tabel. Artinya, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim Mixue.

### **KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan yaitu untuk variabel kualitas produk skor terendah terdapat pada item no 1 (satu) tentang “Es krim Mixue memiliki kualitas rasa yang enak” dengan mendapat skor 3,05 ,sebaiknya Mixue bisa lebih memperhatikan kualitas rasa pada es krim dan menambah varian rasa dan topping agar terlihat lebih menarik dan berbeda dari pesaingnya. Untuk variabel harga skor terendah terdapat pada item no 8 (delapan) tentang “Harga yang ditawarkan es krim Mixue sesuai dengan kemampuan beli konsumen” dengan mendapat skor 3,20, sebaiknya Mixue bisa menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen, sehingga Mixue dapat bersaing dengan produk pesaing. Diharapkan pula pada peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan memberikan perbaikan pada variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variable-variabel lainnya karena masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada peneliti selanjutnya juga, hendaknya peneliti dapat menambah pertanyaan lembar kuesioner

### **REFERENSI**

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49.
- Andi. Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. *Penerbit Andi*.
- Angipora, M. P. (2002). Dasar-dasar Pemasaran. *PT. Raja Grafindo Persada*.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran* (R. Henny, Ed.). CV Budi Utama.
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.

- Hamdan, & Egar, M. Z. (2022). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND QUALITY OF SERVICE ON CONSUMER SATISFACTION OF KAMPOENGAN DUCK IN PANGKALPINANG CITY. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Hasan. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Pakaian., Terhadap Minat Beli. *Jurnal Indovisi*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo press.
- Kencana, P. N. (2018). The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction. *PINISI Discretion Review*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.26858/pdr.v2i1.1230>
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (Global Edition).
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Rahmawati, K. N. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAIBANGSAWAN KLATEN*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Razak, I., & Nirwanto, N. (2016). The impact of product quality and price on customer. *Journal of Marketing and Consumer Satisfaction*, 30(2012), 59–68.
- Rizaldi, N. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi UMS)*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.
- Rizayanti, N. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOCOLATTE DI PIDIE JAYA*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Caps.
- Susanti, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffe RR Pekanbaru*. UNIVERSITAS ISLAM RIAU.
- Tj, H. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566–1575. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i12.1875>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (A. Diana, Ed.; 1st ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik : mengupas pemasaran strategik, branding strategik, customer satisfaction, strategi kompetitif hingga e-marketing* (3rd ed.). Andi.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing plan! dalam bisnis* (3rd ed.). Elex Media Komputindo.
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4).