

PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN TARUM BARAT-BEKASI

Aditya Putra Nugroho¹, Reza Irawan², Fikri Al Munawar³, Pupung Purnamasari⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa

Email : paldityalputral72@gmail.com¹, rezalalskalndalr2018@gmail.com²,
fikriallmunawar2901@gmail.com³, pupungpurnalmalsalri@pelitalbalngsal.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini sangat bertujuan untuk menganalisis pengaruh cita rasa, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen terhadap Mie Gacoan di Tarum barat – Bekasi. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pesatnya perkembangan usaha kuliner di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bekasi, yang menawarkan beragam pilihan mie yang populer di masyarakat. Mie gacoan, sebagai salah satu restoran yang menyajikan mie dengan pilihan tingkat kepedasan, telah menjadi favorit di semua kalangan dan memiliki harga yang terjangkau. Metode penelitian ini menggunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mengetahui hubungan antara variabel citra rasa, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen. hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen melalui pengelolaan citra rasa, kualitas produk dan harga yang optimal.

Kata Kunci: Cita Rasa, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Tarum Barat-Bekasi

Abstract

This research aims to analyze the influence of taste image, product quality and price on consumer satisfaction with Mie Gacoan in West Tarum - Bekasi. The background to this research is based on the rapid development of culinary businesses in Indonesia, especially in Bekasi Regency, which offers a variety of noodle choices that are popular among the public. Mie Gacoan, as a restaurant that serves noodles with a choice of spiciness levels, has become a favorite among all groups and has affordable prices. The method this research uses is quantitative by collecting data through questionnaires to determine the relationship between the variables of taste image, product quality and price on consumer satisfaction. It is hoped that the results of the research will provide insight for culinary business actors in increasing their competitiveness and attracting more consumers through managing taste image, product quality and optimal prices.

Keywords: Taste, Product Quality, Price, Consumer Satisfaction Mie Gacoan Tarum Barat-Bekasi

PENDAHULUAN

Kemajuan dari usaha yang berkembang di Indonesia saat ini di bidang kuliner yang semakin maju cepat. Hal ini dikarenakan dari setiap tahunnya banyak sekali kuliner yang bermunculan dengan menawarkan beragam aneka macam kuliner yang unik disetiap usaha makanannya. Berdasarkan dari pesaingnya dalam bidang yang sama antara usaha yang satu dengan yang lainnya cukup berkembang pesat. Maka dari situ, setiap usaha kuliner harus siap bersaing dan beinovatif untuk menciptakan ciri khas dari kulinernya itu sendiri dan keunikannya agar mampu bersaing serta menarik perhatian calon konsumen. Pesaingannya dari usaha kuliner di Indonesia sangat mengalami peningkatan khususnya Kabupaten Bekasi. Berbagai jenis makanan yang terdapat ditemukan di Kabupaten Bekasi ini baik dari restoran hingga sekelas warung kaki lima. Kabupaten Bekasi juga memiliki beragam aneka kuliner yang berdasarkan mie, contohnya mie pedas & mie ayam yang sangat digemari dari semua kalangan orang.

Mie adalah salah satu produk pasta atau ekstrusi. Mie diperkirakan merupakan salah satu jenis makanan yang berasal dari daratan China. Hal tersebut menjadi salah

satu budaya bangsa China, jika diamatin mie memiliki nilai simbolis yang disetiap perayaan ulang tahun mereka juga selalu menyajikan makanan olahan mie yang diyakini mewakili umur panjang dan jika mie tersebut dipotong akan dipercaya mewakili nasib buruk. Mie juga dapat pula dikategorikan sebagai salah satu komoditi pangan substitusi karena dapat berfungsi sebagai salah satu bahan pangan utama pengganti pangan pokok menurut Juliano dan Hicks, (1990) dalam (Guntarayana, Putri, and Chuly 2018).

Mie Gacoan merupakan sebuah restoran di kabupaten Bekasi yang menghadirkan makanan yang terbuat dari olahan mie yang berbumbu pedas dan manis. Restoran ini adalah salah satu spesialis makanan mie rebus dengan pilihan tingkat kepedasan melalui level kepedasannya. Mie gacoan sendiri juga sangat digemari dari semua kalangan terutama pelajar dan mahasiswa karena harga yang terjangkau. Konsumen dari beragam kalangan tersebut memilih suatu produk biasanya yang dipertimbangkan dari segi kualitas produk dan rasa.(Rizki, Naufalli 2022)

Berdasarkan dari latar belakang diatas, guna memperoleh pasar yang luas dapat diberikan citra rasa, kualitas produk

dan harga yang terbaik kepada para konsumen. Uraian tersebut dapat ditarik judul "Pengaruh Citra Rasa, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Tarum Barat-Bekasi".

Rumusan Masalah

Apakah ada cita rasa, kualitas produk, dan harga yang baik secara parsial dan simultan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan di Tarum Barat - Bekasi.

Tinjauan Pustaka

Dapat untuk mengetahui dan menganalisis dari citra rasa, kualitas produk dan harga yang baik secara parsial dan simultan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan di Tarum Barat- Bekasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Empiris

Penelitian Yahya (2018) dengan yang berjudul kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen tokoh Dany Bojonegoro. Kesimpulan dari jurnalnya tersebut adalah kepuasan dari konsumen sangatlah menguntungkan karena dapat mempengaruhi terhadap kualitas produk dan harga di toko Dany Bojonegoro".(Hasanain 2018)

Penelitian Susanti (2020) dengan yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. Dapat disimpulkan dari penelitian tersebut yaitu kualitas produk, fasilitas dan harga secara simultan dari kepuasan konsumen pada resto betri kecamatan siman kabupaten Ponorogo(Susanti 2020).

Kajian Teori

Cita Rasa

Pengertian dari cita rasa berdasarkan pendapat Drummond dan Brefere (2010) dalam (Fadilah, Ilhamuddin, and Dayani 2024). Mengemukakan bahwa cita rasa merupakan cara dalam pemilihan daam sebuah makanan atau minuman yang dapat dibedakan dari rasa tersebut. Rasa sendiri adalah hasil kerja dari pengecap rasa (taste buds) yang terdapat di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan salah satu bagian dari cita rasa, dan terdapat lima indikator cita rasa berdasarkan pemaparan Drummond KE & Brefere LM (2010), yaitu : cara menyajikan, temperature atau suhu, bentuk maupun tekstur produk, rasa dan aroma, ciri khas dan bau.

Harga

Jumlah yang harus dibayar untuk suatu barang maupun jasa atau total nilai yang manfaat yang diperoleh pelanggan dalam menerima sebuah produk maupun jasa yang diberikan adalah definisi harga menurut Kotler dan Gary Armstrong dalam (Narundana, Sari, and Efriyanti 2022).

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat disediakan produsen sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen makananyang menarik baik secara internal maupun secara eksternal, dengan adanya *responden* yang baik Menurut (Made et al., 2017) dalam (Sari et al. 2024).

Kepuasan Konsumen

Menurut Pramesti & Waluyo (2020) dalam bukunya yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Customer Value Terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction Menyatakan“ bahwa: Kepuasan konsumen atau Customer Satisfaction adalah salah satu derajat perasaan yang dimiliki seseorang usai melakukan perbandingan kinerja produk ataupun hasil yang telah dirasakan dengan apa yang diharapkan dalam (Oktaviani and Hernawan 2022).

Hubungan Antar Variabel Cita Rasa

Harga dan kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan Cita Rasa dengan Kepuasan Konsumen

citra rasa adalah cara pemilihan makanan melalui rasa makanan tersebut. Citra rasa sangat mempengaruhi Kepuasan Konsumen, untuk menarik minat pembeli dan pasti konsumen yang diutamakan adalah cita rasa. Jika cita rasa pada rumah makan tersebut kurang membuat konsumen puas, maka konsumen akan lebih memilih untuk mencoba dirumah makan lain (Prasasti and Maisara 2022)

Hubungan Harga dengan Kepuasan konsumen

Definisi berdasarkan Machfoedz (2010:69) mengatakan bahwa “nilai uang yang diperdagangkan pelanggan untuk penggunaan barang atau jasa atau menuai keuntungan kepemilikan adalah definisi penempatan harga yang luas.

Hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen

Definisi berdasarkan Kotler dan amstron (2012) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menanggung pada kemampuan untuk

kepuasan konsumen yang dinyatakan atau yang tersirat.

Pengembangan Hipotesis

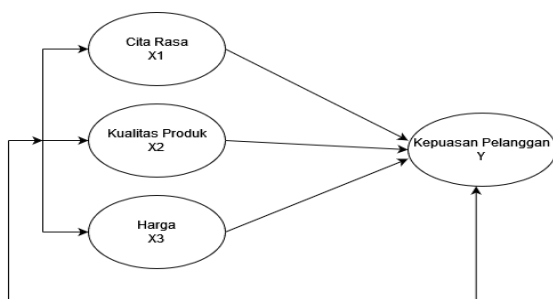
Hipotesis disusun berdasarkan teori dan kerangka berfikir yang sudah diuraikan sebelumnya, maka dari pada itu teori dan kerangka berfikir diatas maka dapat disusun dalam beberapa hipotesis sebagai berikut:

H1 : Cita Rasa (X1) yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tarum barat – Bekasi (Y)

H2 : Kualitas Produk (X2) yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tarum barat – Bekasi (Y)

H3 : Harga (X3) yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tarum barat – Bekasi (Y)

Kerangka Berfikir



Gambar 1 : Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian deskriptif ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 45 responden yang dipilih secara acak dari

populasi pelanggan Mie Gacoan di Wilayah Tarum barat – Bekasi. Hipotesis yang diusulkan sebelumnya kemudian dianalisis untuk mendukung pengujian tersebut apakah penelitian ini tedapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap vaiabel terikat (Y). penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dari pengaruh cita rasa, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelangan pada Mie Gacoan Tarum barat-Bekasi.

Sifat penelitian ini dimaksud adalah deskriptif. Pengertian dari deskriptif menurut sudjana adalah riset yang bertujuan untuk menjelaskan atau menerangkan suatu peristiwa, keadaan, subjek atau objek serta segala hal yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

Populasi dan Sampel

Dalam melakukan sebuah penelitian, perlu ditetapkan sebuah populasi supaya penelitian perjalab dengan lancar dan mendapatkan data yang sesuai dengan yang diharapkan. Populasi penelitian adalah sebuah wilayah generalisasi yang terdiri darai objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karekteristi tertentu yang sangat diharapkan peneliti untuk mempelajarinya lalu menarik kesimpulanya. Populasi dalam penelitian

ini adalah pengunjung pada restoran Mie Gacoan Tarum Barat-Bekasi. Populasi ini adalah wilayah secara umum terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti.

Sampel adalah sebuah bagian dari jumlah dan karakteristik yang sangat dimiliki oleh populasi. Jumlah dari responden yang telah mengisi kuesioner adalah 45 responden. Kriteria sampel ini adalah sebagai berikut:

1. Pengisi kuesioner yang melakukan pembelian pada Mie Gacoan Tarum Barat-Bekasi adalah semua kalangan dari yang masih anak-anak hingga orang dewasa.

Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data melibatkan penyabran kuesioner *Google Form* kepada mahasiswa S1 Manajemen Kewirausahaan dari Universitas Pelita Bangsa yang telah membeli dan menyantap Mie Gacoan Tarum Barat-Bekasi setidaknya dua kali.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Menurut dari Ghazali (2018: 51) mengatakan bahwa “kuesioner penelitian dievaluasi menggunakan uji validitas.

Kuesioner dianggap sah jika pertanyaan yang dikandungnya dapat penjelasan gagasan yang akan di evaluasi olehnya”.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018: 45) mengatakan bahwa “kuesioner dapat diukur dengan menggunakannya sebagai indikator suatu variabel. Ketika respons pertanyaan seimbang dengan sekejapnya waktu, kuesioner mampu dipercaya atau maupun diandalkan”.

Uji t

Definisi menurut Ghazali (2018: 97) mengatakan bahwa” uji ini sering menetapkan sejauh mana tiap variabel independen atau penjelas berkontribusi atas variasi variabel dependen”.

Uji F

Definisi menurut Ghazali (2018: 97) mengatakan bahwa” uji statistik F menunjukkan variabel dependen jika semua faktor kebebasan dituangkan pada model yang terdampak secara simultan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji F

Tabel 1.1 Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	594.009	3	198.003	65.170	<.001 ^b
	Residual	124.569	41	3.038		
	Total	718.578	44			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan hasil *output* statistik pada tabel diatas, nilai F_{hitung} (65.170) > F_{tabel} (2.83) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 rotolak, artinya secara simultan persepsi cita rasa (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji Parsial (Uji –t)

**Tabel 1.2 Hasil Uji Parsial (Uji – t)
Coefficients^a**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.205	.839
	X1	.528	.600
	X2	3.601	<.001
	X3	3.427	.001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan dari hasil *output* data statistik pada tabel diatas, hasil uji parsial tersebut dapat dilihat bahwa:

1. Cita Rasa (X₁)
Variabel Cita Rasa menghasilkan nilai t_{hitung} (0,528) > t_{tabel} (2,019) dan nilai signifikansi $0,600 < 0,05$, maka H_2 diterima dan h_0 ditolak, artinya secara parsial cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Produk (X₂)
Variabel Kualitas Produk menghasilkan t_{hitung} (3,601) > t_{tabel} (2,019) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak

artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Harga (X₃)

Variabel harga menghasilkan nilai t_{hitung} (3,427) > t_{tabel} (2,019) dan nilai signifikansi $0,001 > 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Setelah melakukan peneliian dan pengolahan data melalui kuesioner yang telah dilakukan, dapat diketahui beberapa hal yang menjadikan kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji simultan menghasilkan nilai F_{hitung} (65.170) > F_{tabel} (2.83) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 rotolak, artinya secara simultan persepsi cita rasa (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Hasil Uji parsial pada variabel Cita Rasa (X₁) menghasilkan nilai t_{hitung} (0,528) > t_{tabel} (2,019) dan nilai signifikansi $0,600 < 0,05$, maka H_2 diterima dan h_0 ditolak, artinya secara parsial cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil Uji Parsial Pada variabel Kualitas Produk Kualitas Produk

(X₂) menghasilkan t_{hitung} (3,601) > t_{tabel} (2,019) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H₂ diterima dan H₀ ditolak artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. Hasil Uji Parsial pada Variabel Harga (X₃) menghasilkan nilai t_{hitung} (3,427) > t_{tabel} (2,019) dan nilai signifikansi $0,001 > 0,05$, maka H₂ diterima dan H₀ ditolak, artinya secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadilah, Baiq Rina, M. Ilhamuddin, and Rahman Dayani. 2024. "Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Rasbani Selong Lombok Timur." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2(2).
- Guntarayana, Indria, Krisma Putri, and Ratih Y. Chuly. 2018. "ANALISA STRATEGI DALAM PEMASARAN (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Di Karangtengah Kota Blitar)." *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi* 11(2):46–56. doi: 10.35457/akuntabilitas.v11i2.1099.
- Hasanain, Dany. 2018. "Jurnal Dany Hasanain Yahya (14311082)." Narundana, Vonny Tiara, Eva Sari, and Farida Efriyanti. 2022. "Analisis Pengaruh Cita Rasa Produk, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis Dijou Coffeebar." *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 3(2). doi: 10.57084/bej.v3i2.883.
- Oktaviani, Shella, and Eso Hernawan. 2022. "Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lunica." *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen* 10(2):1–15.
- Prasasti, Galih Ayu, and Putri Maisara. 2022. "Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya." *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9(2):276–88. doi: 10.37606/publik.v9i2.327.
- Rizki, Naufalli, Mochamad. 2022. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN MALANG (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang

Angkatan 2018).” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 8(2):259–64.

Sari, Sofia, Yeremia Niaga Atlantika, Sabinus Beni, and Usman. 2024. “STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIE AYAM SOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN MARKETING STRATEGY IN AYAM SOSI Noodle BUSINESS IN INCREASING CONSUMER INTEREST IN BUYING.” *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan (JIP)* 12(1):71–81.

Susanti, Novi. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Betri Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo*. Vol. 53.