

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kamsia Boba Teluk Betung

<sup>1</sup>Tri Lestira Putri Warga Negara\*, <sup>2</sup>Davin Ang Widjaya

<sup>1,2</sup> Universitas Bandar Lampung  
Bandar Lampung, Indonesia

\*e-mail: [davin.18011153@student.ubl.ac.id](mailto:davin.18011153@student.ubl.ac.id)

**Received:** 28-08-2022, **Revised:** 25-09-2022, **Accepted:** 18-10-2022

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kamsia Boba Teluk Betung. Komunitas hasil survei adalah pelanggan Kamsia Boba pernah membeli makanan Tahun 2020 yaitu sebanyak 63.415, dengan rumus slovin didapati jumlah sampel sebesar 100 orang. Metode analisa dengan memakai analisa Regresi Linier Berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis parsial dan uji hipotesis anova. Dari penelitian didapati bahwa produk dan Harga sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen pada Kamsia Boba Teluk Betung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya. Diharapkan dengan terdapatnya riset ini Kamsia Boba Teluk Betung menjaga kestabilan kualitas baik produk maupun bagi pelanggan. Dengan demikian mampu menaikkan kesenangan pelanggan pada Kamsia Boba Teluk Betung.

**Kata kunci:** Kualitas produk, Harga dan Kepuasan konsumen.

### Abstract

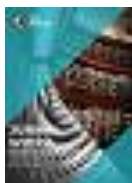
*The purpose of this study was to determine whether product quality and price simultaneously affect consumer satisfaction at Kamsia Boba Teluk Betung. The survey results community is that Kamsia Boba's customers have purchased food in 2020 as many as 63,415, with the slovin formula, the sample size was found to be 100 people. The method of analysis using Multiple Linear Regression analysis, determination coefficient test, partial hypothesis testing and ANOVA hypothesis testing. From the research, it was found that product and price greatly affect consumer satisfaction at Kamsia Boba Teluk Betung, proven and acceptable truth. It is hoped that with this research Kamsia Boba Teluk Betung maintains the stability of the quality of both products and for customers. Thus being able to increase customer satisfaction at Kamsia Boba Teluk Betung.*

**Keywords:** Product quality, price and consumer satisfaction.

### 1 Pendahuluan (or Introduction)

Pada era modern semakin pesat perkembangan teknologi dan informasi saat ini, semakin meningkat persaingan global dalam bisnis, indonesia mempunyai berbagai macam perusahaan perusahaan yang menawarkan produk unggul sehingga dapat bersaing dalam pasaran. Adanya persaingan perusahaan berbagai perusahaan mempertahankan kualitas maupun keunggulan dari setiap perusahaan yang dibangun [1]. Memperluas usaha dan mendapatkan untung yang optimal. Dalam dunia bisnis terdapat sisi negatif yang dapat mempengaruhi sebuah perusahaan.[2] Diantaranya minat





pelanggan menurun, kualitas barang kurang mendukung sehingga mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk, karena produk yang ditawarkan belum dapat memastikan pihak pelanggan terutama dalam hal memilih makanan [3]. Salah satu kebutuhan pokok manusia selain sandang dan papan yaitu pangan. Tujuan makan untuk memenuhi asupan harian, tetapi di era modern mengkonsumsi minuman menjadi kegemaran sehari-hari dalam konsumsinya [4]. Dalam hal ini banyak sekali pembisnis baru dalam bidang minuman buble merupakan salah satu ladang bisnis yang menarik perhatian, sebab minuman bubble termasuk minuman *hits ala milenial* [5]. Terlihat banyak sekali produsen produsen yang membuka bisnis minuman di Teluk Betung dalam bisnis minuman bubble. Maraknya nya gerai maupun kedai yang membuka penjualan minuman buble di kota Teluk Betung, seperti misalnya Xie Xie Boba, Kamsia Boba, Xi No Na Boba serta kedai buble lainnya. Bisnis bubble tea baru masuk ke dalam lingkungan pasar di kota Teluk Betung yaitu Kamsia Boba [6], [7]. Munculnya Kamsia Boba di Teluk Betung menarik antusiasme warga Teluk Betung. Oleh karena itu penjualan pada masa sebelum pandemi meningkat pesat, namun pada pandemi Covid-19 berlangsung penjualan merosot tajam. Dapat dilihat dari tabel 1. yaitu tabel penjualan minuman Kamsia Boba Teluk Betung.

**Tabel 1. Data Penjualan Kamsia Boba Teluk Betung Periode Tahun 2020 – Tahun 2021**

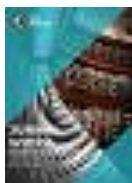
| Tahun 2019 |               |      | Tahun 2020 |               |      |
|------------|---------------|------|------------|---------------|------|
| Bulan      | Jumlah        | %    | Bulan      | Jumlah        | %    |
| Januari    | Rp22.500.000  |      | Januari    | Rp27.300.000  |      |
| Februari   | Rp28.390.000  | 26%  | Februari   | Rp14.150.000  | -48% |
| Maret      | Rp20.100.000  | -29% | Maret      | Rp15.250.000  | 8%   |
| April      | Rp24.500.000  | 22%  | April      | Rp17.900.000  | 17%  |
| Mei        | Rp27.250.000  | 11%  | Mei        | Rp15.500.000  | -13% |
| Juni       | Rp28.400.000  | 4%   | Juni       | Rp16.150.000  | 4%   |
| Juli       | Rp29.090.000  | 2%   | Juli       | Rp16.700.000  | 3%   |
| Agustus    | Rp28.090.000  | -3%  | Agustus    | Rp17.300.000  | 4%   |
| September  | Rp29.130.000  | 4%   | September  | Rp19.230.000  | 11%  |
| Oktober    | Rp33.160.000  | 14%  | Oktober    | Rp20.910.000  | 9%   |
| November   | Rp34.140.000  | 3%   | November   | Rp18.750.000  | -10% |
| Desember   | Rp32.400.000  | -5%  | Desember   | Rp19.870.000  | 6%   |
| Jumlah     | Rp337.150.000 | 49%  | Jumlah     | Rp219.010.000 | -10% |
| Rata-rata  | Rp28.095.833  | 4%   | Rata-rata  | Rp18.250.833  | -1%  |

Sumber : Kamsia Boba, 2021 [8]

Berdasarkan Tabel 1. diketahui menurunnya penjualan Kamsia Boba tahun 2019 sampai 2020 dan setiap bulan penjualan selalu menunjukkan keadaan atau kondisi yang tidak tetap dengan presentase penjualan 2019 sebesar 4%, pada tahun 2020 presentasinya menurun menjadi -1%. Hal ini disebabkan oleh menurunnya kualitas produk dan mahalnya harga pada Kamsia Boba

Terkait tentang Kualitas Produk peneliti melakukan pra-survei observasi dan wawancara hasil wawancara dengan pemilik Kamsia Boba yaitu William, Semua minuman fresh, boba yang digunakan pun adalah kualitas terbaik dan minuman dijualpun semuanya non MSG dengan harga yang terjangkau. Namun berbeda dengan hasil wawancara oleh salah satu langganan Kamsia Boba, yaitu Andy bahwa kualitas minuman pada Kamsia Boba sangat terjaga dan baik, namun mungkin untuk rasa harus menyesuaikan selera menurut Andy cita rasa Boba Dalgona tidak kuat sehingga perlu diperbaiki.





Peneliti melakukan wawancara pada beberapa pelanggan Kamsia Boba Teluk Betung. Peneliti menemukan bahwa pelanggan mengeluhkan mahalnya harga dari pembelian Kamsia Boba dibandingkan Boba lain yang berada di Teluk Betung, seperti Xie Xie Boba, dan Xi No Na Boba. Bagi pelanggan harga yang ditawarkan diatas harga Xie Xie Boba, dan Xi No Na Boba yang ditawarkan di kedua gerai boba tersebut lebih beraneka ragam dibanding Kamsia Boba, untuk harga masih dibawah Kamsia Boba. Kualitas produk maupun harga pun harus diperhatikan karena menarik minat pelanggan untuk membeli. Banyak saran dari konsumen meminta harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik.

Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti Adakah pengaruh kualitas produk dan harga secara bersamaan terhadap kesenangan pelanggan Kamsia Boba Teluk Betung. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kamsia Boba Teluk Betung.

Riset ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Teluk Betung.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kamsia Boba Teluk Betung.

Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kamsia Boba Teluk Betung.berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kamsia Boba Teluk Betung.

## 2 Tinjauan Literatur (or Literature Review)

Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan “manajemen pemasaran ialah cara menata strategi marketing dalam menarik pasar konsumen agar terjadi peningkatan penjualan produk”[9]

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) “Kualitas Produk ialah value yang dihasilkan produk demi mencapai kebutuhan konsumen, kualitas ini bisa berupa kekuatan, fungsi, seberapa lama bertahan dan efisiensinya”[9]

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) menyebutkan bahwa “harga ialah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk yang diinginkan.”[9]

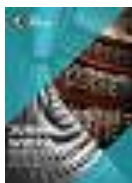
Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2014), “kepuasan konsumen ialah rasa senang yang dirasakan konsumen saat mengetahui barang yang ia beli menghasilkan manfaat yang begitu banyak.”[10]

## 3 Metode Penelitian (or Research Method)

Desain riset ini berbentuk konsep riset Deskriptif. Prosedur riset deskriptif merupakan metode ataupun metode jalan keluar permasalahan dengan metode melukiskan ataupun memvisualkan kejadian, kondisi, insiden ataupun suatu yang lagi berjalan pada dikala saat ini bersumber pada pada fakta- fakta yang nampak begitu juga adanya [11]. Riset ini menarangkan ikatan kausal antara variabel– variabel lewat pengtesan hipotesis.

Populasi merupakan keseluruhan seluruh angka dari hasil perhitungan dan alat ukur [12]. Subjek ini terdiri dari kumpulan kuantitatif dan kualitatif. Penafsiran lain berkata kalau populasi merupakan segerombol subyek, bagus orang, pertanda, nilai test, barang- barang atau insiden [13]. Searah dengan





penafsiran diatas hingga diditetapkan kalau populasi dari riset ini merupakan konsumen Bear Brand, dengan menggunakan rumus Slovin diketahui bahwa sampel penelitian berjumlah 100 orang responden.

Analisa data kualitatif merupakan analisa yang digunakan buat menganalisa data dengan mendefinisikan data–data yang telah digabungkan apa adanya tanpa terdapat arti membuat abstraksi dari hasil riset [14].

Analisa kuantitatif ialah analisa yang dipakai buat data- data yang berupa nilai yang bisa diukur ataupun dihitung. Tujuan analisa ini merupakan buat mengenali seberapa besar dampak sesuatu variabel ataupun perihal ada variable lain dengan cara kuantitatif [15]. Analisa ini menggunakan kalkulasi lewat metode statistik serta buat memudahkan analisa data hingga dalam riset ini memakai software SPSS 23.

## 4 Hasil dan Pembahasan (or Results and Analysis)

**Tabel 2. Hasil Uji Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 2.293                       | 2.601      |                           | .881  | .380 |
| Kualitas Produk | .256                        | .088       | .258                      | 2.913 | .004 |
| Harga           | .660                        | .100       | .582                      | 6.580 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Menggunakan persamaan regresi linier berganda sebagai panduan kami, kami dapat menyimpulkan bahwa

1. Karena koefisien harga (0,5) lebih besar dari koefisien kualitas produk (0,4), temuan tersebut dapat direpresentasikan sebagai  $Y=8707+0,240X_1 + 0,500X_2$  (0,240).
2. Oleh karena itu, jika kualitas ( $X_1$ ) ditingkatkan sebesar 1% dan harga tidak berubah, maka kualitas (koefisien  $X_1$ ) sebesar 0,240 menunjukkan korelasi positif antara kedua variabel.
3. ( $X_2$ ) memiliki koefisien sebesar 0,500, yang menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) secara positif dengan meningkatkan ( $X_2$ ) sebesar 1 persen ketika kualitas produk dianggap konstan.
4. Hal ini menunjukkan bahwa harga lebih atau kurang berpengaruh dalam menentukan kebahagiaan pelanggan daripada kualitas produk.

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .785 <sup>a</sup> | .617     | .609              | 3.469                      |

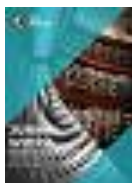
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Koefisien determinasi (R Square) adalah 0,617, sesuai dengan temuan regresi. Pelanggan di Kamsia Boba Teluk Betung puas pada 61,7% kasus, dengan 48,37% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Tabel 4. Uji Hipotesis**

| Pengaruh     | $t_{hitung}$ | $t_{tabel(n-2;\alpha,0,05)}$ | Kondisi                  | Kesimpulan              |
|--------------|--------------|------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| $X_1$ ke $Y$ | 2.913        | 1,984                        | $t_{hitung} < t_{tabel}$ | $H_0$ ditolak dan $H_a$ |





|                     |       |       |  |                            |
|---------------------|-------|-------|--|----------------------------|
|                     |       |       | (0,004 < 0,05)   | diterima                   |
| X <sub>2</sub> ke Y | 6.580 | 1,984 | t <sub>hitung</sub> < t <sub>tabel</sub><br>(0,000 < 0,05) | Ho ditolak dan Ha diterima |

Thitung lebih besar dari ttabel, namun hasil signifikansinya 0,004, lebih kecil dari yang dibutuhkan 0,05 sehingga dapat dikatakan signifikan. Untuk variabel keyakinan, thitung > ttabel. Dengan kata lain, hipotesis pertama, bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan substansial terhadap kebahagiaan pelanggan di Kamsia Boba Teluk Betung, telah terbukti dan diterima.

Sedangkan untuk variabel harga, jumlah hitung 6.580 melebihi nilai ttabel 1.984 atau dengan kata lain jumlah hitung melebihi jumlah total. Akibatnya, hipotesis pertama ditolak dan hipotesis kedua diterima, atau dengan kata lain: Di Kamsia Boba Teluk Betung, harga telah terbukti dan dapat diterima.

Tabel 5. Uji Hipotesis F  
ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 1877.816       | 2  | 938.908     | 78.029 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 1167.184       | 97 | 12.033      |        |                   |
|       | Total      | 3045.000       | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai signifikan 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima dalam uji bersama, yang berarti bahwa kualitas produk (X1) dan harga (Ha) diperhitungkan. Di Kamsia Boba Teluk Betung, kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh (X2). Hipotesis ketiga adalah bahwa pelanggan Kamsia Boba Teluk Betung senang karena dampak baik kualitas produk dan harga terhadap kesenangan mereka. Ini telah terbukti benar dan dengan demikian dapat diterima.

## 5 Kesimpulan (or Conclusion)

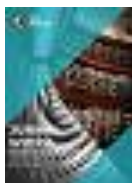
Dari riset yang telah selesai dijalankan, maka kesimpulannya:

1. Mendapat pengaruh positif dari kualitas produk dan meningkatkan Kepuasan konsumen pada Kamsia Boba Teluk Betung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya.
2. Mendapat pengaruh positif dalam harga dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen Kamsia Boba Teluk Betung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya.
3. Mendapat pengaruh positif terhadap produk dan harga serta meningkatkan kesenangan pelanggan pada Kamsia Boba Teluk Betung, terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

## Referensi (Reference)

- [1] D. R. G. Palelu, W. J. F. A. Tumbuan, and R. J. Jorie, 'Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang', *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 10, no. 1, pp. 68–77, 2022.
- [2] M. B. E. Kapojos, 'Sejarah Minuman Boba, Pengaruh Perkembangan Street Food di Taiwan', *15/09/2021, 14:14 WIB*, 2021. <https://www.kompas.com/food/read/2021/09/15/141437175/sejarah-minuman-boba-pengaruh-perkembangan-street-food-di-taiwan?page=all> (accessed Mar. 11, 2022).
- [3] Y. Susilo, E. Wijayanti, and S. Santoso, 'Penerapan Teknologi Digital Pada Ekonomi Kreatif





- Pada Bisnis Minuman Boba', *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 4, pp. 457–468, 2021.
- [4] D. Effendi and Y. I. F. Dini, 'Analisa Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Minuman Boba Membeli Ulang Dan Berpromosi Mulut Ke Mulut di Batam', *SEIKO J. Manag. Bus.*, vol. 4, no. 3, pp. 258–279, 2022.
- [5] D. Y. Fitri and P. C. Nisa, 'Pengaruh Trust, Word of Mouth Dan Repurchase Intention Terhadap Kepuasan Pelanggan Generasi Millennial Produk Minuman Street Boba', *J. Ecodemica J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 236–249, 2022.
- [6] F. F. Syaiful and E. Elihami, 'Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Minuman Kamsia Boba Milik Abdullah di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Bangkalan', *J. edukasi Nonform.*, vol. 1, no. 1, pp. 343–359, 2020.
- [7] R. Nurhidayati, N. Arifiya, A. Setiawan, R. Larasakti, and H. Heriansyah, 'Strategi Pemasaran dengan Teori Permainan pada Usaha Minuman Street Boba dan Kamsia Boba', *Stud. Ilmu Manaj. dan Organ.*, vol. 3, no. 2, pp. 303–314, 2022.
- [8] F. A. Saputra, 'Analisis Strategi Pemasaran Pada Kamsia Boba Cabang Teluk Betung Selatan Bandar Lampung Dalam Menghadapi Masa Pandemi Covid-19', *Sibatik J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. Dan Pendidik.*, vol. 1, no. 7, pp. 1019–1028, 2022.
- [9] Kotler and G. Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- [10] D. Sunyoto and T. Admojo, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: CAPS, 2014.
- [11] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 4th ed. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [13] A. Fauzi, A. Wibowo, A. N. Selayan, and S. J. Nst, 'Analisis Manajemen Resiko Bisnis', *VISA J. Vis. Ideas*, vol. 2, no. 1, pp. 150–159, 2022.
- [14] S. Arikunto, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*, 8th ed. PT Asdi Mahasatya, 2016.
- [15] J. Sarwono, *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer dalam SPSS 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017.

