

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KRIPIK SINGKONG QTELA DI KOTA CIREBON PROVINSI JAWA BARAT

Dina Nur Azizah⁽¹⁾, Warosatul Ammbiya⁽²⁾, Wachdijono^{(3)*}

¹⁾ Universitas Swadaya Gunung Jati, email:

²⁾ Universitas Swadaya Gunung Jati, email: warosatulammbiya@gmail.com

³⁾ Universitas Swadaya Gunung Jati, email: wachdijono@ugj.ac.id

ABSTRAK

Melimpahnya produksi singkong di Indonesia maka dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi produk olahan kripik singkong. Qtela merupakan merek kripik singkong yang menguasai pasar, meski menguasai pasar pada tahun 2015 pangsa pasar kripik singkong Qtela mengalami penurunan. Belum adanya penelitian mengenai penurunan pangsa pasar tersebut maka perlu dilakukannya penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap kripik singkong Qtela. Penelitian dilaksanakan pada bulan April-Mei 2023 dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif dan metode survei. Populasi penelitian adalah konsumen di Kota Cirebon yang pernah membeli atau mengkonsumsi kripik singkong Qtela yang jumlahnya tidak terhingga, oleh karenanya teknik penentuan jumlah sampel berdasarkan Rumus Lemeshow yaitu sebesar 100 orang. Analisis data menggunakan instrumen Structural Equation Model dengan aplikasi Analysis of Moment Structural. Hasil penelitian menyimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh nyata positif terhadap kepuasan konsumen (0,73) dan indikator yang paling tinggi berkontribusi terhadap Variabel kualitas Produk adalah “Cita rasa”. Sedangkan untuk variabel harga berpengaruh nyata positif terhadap kepuasan konsumen (0,82) dan indikator yang paling tinggi berkontribusi terhadap Variabel Harga adalah “Harga sesuai dengan kualitasnya” sedangkan pada kepuasan konsumen adalah “Membeli kembali”. Hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di perilaku konsumen dan dapat menjadi referensi bagi Perusahaan kripik singkong Qtela dalam rangka mempertahankan kepuasan konsumen.

Keywords: Cirebon; Indikator; kepuasan konsumen; Qtela; Struktur Equal Modelling.

PENDAHULUAN

Singkong (*Manihot esculenta* Crantz) merupakan jenis tanaman yang telah banyak dibudidayakan di Indonesia (Maimunah et al., 2021). 38g karbohidrat yang terdapat didalam singkong dapat menggantikan pangan utama yaitu nasi (Harsita & Amam, 2019). Seperti yang diketahui bahwa hasil pertanian mudah sekali rusak, begitu juga dengan singkong yang memerlukan penanganan cepat untuk di olah (Manalu & Rakhmtiar, 2023). Melimpahnya produksi singkong di Indonesia maka dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi

produk makanan ringan berupa kripik singkong (Muharnif et al., 2021).

Makanan ringan banyak dijadikan alternatif untuk dikonsumsi oleh orang Indonesia karena harganya yang murah dan mudah ditemui di toko – toko terdekat (Hasib & Anwar, 2020). Baik dari kalangan anak – anak sampai orang dewasa mengkonsumsi makanan ringan yang sudah menjadi kebiasaan dalam kesehariannya (Augustinah, 2019). Mengkonsumsi makanan ringan dapat menambah energi yang terkuras setelah melakukan kegiatan di sekolah (Rahmi, 2018). Makanan ringan bermacam jenisnya, contohnya

seperti cookies, kripik, dan lainnya, makanan ringan tersebut telah banyak tersebar di pasaran dengan berbagai merek (Rois, 2016).

Bermunculanya pelaku baru dibidang usaha makanan ringan maka semakin ketat persaingan yang terjadi (Syaifudin, 2022). Ditengah persaingan bisnis makanan ringan yang ketat para pelaku bisnis harus menciptakan produk yang berkualitas serta mempunyai karakteristik yang unik (Sungkar, 2020). Permintaan pasar pada usaha makanan ringan dipengaruhi oleh harga jual (Murjadi, 2015). Faktor penting dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yaitu dengan menguasai pasar (Murjadi, 2015)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mainaki et al., (2016) menunjukkan bahwa produk kripik ubi kayu yang banyak disukai oleh konsumen adalah merek Qtela. Menurut hasil penelitian Destia (2015) Terdapat hubungan antara kenaikan harga dengan Volume penjualan Qtela sebesar 0,834. Dalam penelitian Raharjo & Mulyanto (2018) menjelaskan Salah satu perusahaan yang melakukan inovasi makanan ringan adalah PT. Indofood Fritolay Makmur, pada tahun 2007 PT. Indofood melaunching produk kripik singkong yang diberi nama Qtela dengan desain kemasan yang menarik dan trendi serta memiliki banyak varian rasa, Qtela merupakan merk kripik singkong yang menguasai pasar dari semenjak tahun 2012 – 2017, meski menguasai pasar pada tahun 2015 pangsa pasar kripik singkong Qtela mengalami penurunan.

Berdasarkan penelitian – penelitian sebelumnya maka perlu adanya penelitian lanjutan mengenai penurunan pangsa pasar kripik singkong Qtela tersebut, maka dilakukanlah penelitian pengembangan. Tujuan

penelitian ini adalah pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kripik singkong Qtela di kota Cirebon Provinsi Jawa Barat, penelitian menggunakan *Structural Equation Model*. SEM adalah metode penelitian yang menggabungkan dua metode analisis yaitu analisis factor – factor dengan analisis regresi (Harahap & Pd, 2020). Selain itu, pada penelitian sebelumnya hanya meneliti mengenai hubungan kenaikan harga dengan volume penjualan saja. Melalui penelitian ini maka pengaruh harga dapat di ukur, serta adanya novelty (unsur kebaruan) berupa adanya indikator – indikator dari masing masing variabel yang dapat menggambarkan faktor yang paling mempengaruhi sehingga dapat dijadikan dasar rekomendasi sehingga dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, di perilaku konsumen dan dapat menjadi referensi bagi Perusahaan kripik singkong Qtela dalam rangka mempertahankan kepuasan konsumen.

METODE

Penelitian dilaksanakan pada konsumen Kripik singkong Qtela di Kota Cirebon pada bulan April hingga Mei 2023. Penelitian ini disusun menggunakan metode kuantitatif, dengan variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga, Produk dan Kepuasan Konsumen. Adapun objek penelitiannya, yaitu : variable kepuasan konsumen (Y) dan Produk (X1), Harga (X2). Sebagai upaya memudahkan dalam proses pengukuran variable, olehkarenanya disusun devinisi (Sugiyono, 2017).

1. kepuasan konsumen untuk penjelasan variable dan indikatornya dapat dilihat pada table 1.

Table 1. Variable penelitian

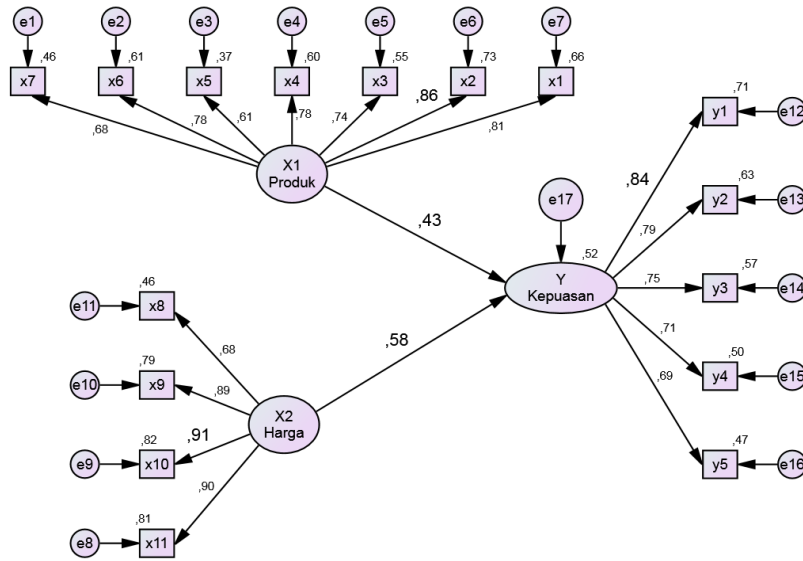
Variable	Indicator	Skala Pengukuran
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Perasaan puas setelah mengkonsumsi	Likert
	2. Membeli kembali	Likert
	3. Terpenuhi harapan	Likert
	4. Memberi komentar positif	Likert
	5. Kurang memperhatikan resto lain	Likert
Produk (X1)	1. Aroma Produk	Likert
	2. Cita Rasa Produk	Likert
	3. Stok Produk	Likert
	4. Varian Produk	Likert
	5. Kemasan Produk	Likert
	6. Merk Produk	Likert
	7. Keunikan Produk	Likert
Harga (X2)	1. Harga terjangkau	Likert
	2. Harga sesuai dengan kualitasnya	Likert
	3. Harga sesuai kondisi Merk	Likert
	4. Rekomendasi harga	Likert

Populasi penelitian adalah konsumen Kripik singkong Qtela di Kota Cirebon yang jumlahnya tidak diketahui. Oleh karenanya teknik penentuan jumlah sampel berdasarkan *Rumus Lemeshow* yaitu sebesar 100 orang. Adapun teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* (kebetulan). Metode analisis data menggunakan *SEM* (*instrument Structural Equation Modeling*) yang dipadukan

dengan penggunaan *AMOS* (*Analysis Moment of Structural*) (Febriyanti et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan *SEM-AMOS* diperoleh hasil berupa analisis factor dan jalur (regresi) sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 menunjukkan variable X1 dan X2 yang mempengaruhi Y secara signifikan. Pada variabel produk yang paling mempengaruhi adalah X₁ (Cita Rasa Produk). Dan pada X2 yang paling mempengaruhi adalah

Tabel 2. Keterangan signifikansi X₃ terhadap Y

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y_Kepuasan <--- X2_Harga	,512	,079	6,477	***	par_10
Y_Kepuasan <--- X1_Produk	,521	,115	4,519	***	par_11
x5 <--- X1_Produk	1,053	,178	5,917	***	par_1
x4 <--- X1_Produk	1,148	,156	7,361	***	par_2
x3 <--- X1_Produk	1,165	,165	7,048	***	par_3
x10 <--- X2_Harga	1,001	,070	14,254	***	par_4
x9 <--- X2_Harga	1,045	,076	13,691	***	par_5
y1 <--- Y_Kepuasan	1,000				
y2 <--- Y_Kepuasan	,876	,093	9,470	***	par_6
y3 <--- Y_Kepuasan	,950	,108	8,836	***	par_7

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
y4	<---	Y_Kepuasan	1,013	,125	8,139	***	par_8
y5	<---	Y_Kepuasan	,942	,121	7,779	***	par_9
x8	<---	X2_Harga	,801	,095	8,450	***	par_12
x11	<---	X2_Harga	1,000				
x1	<---	X1_Produk	1,103	,144	7,648	***	par_13
x2	<---	X1_Produk	1,312	,164	8,005	***	par_14
x7	<---	X1_Produk	1,000				
x6	<---	X1_Produk	1,099	,149	7,376	***	par_15

Table 2 menunjukkan bahwa pengaruh X_1 dan X_{10} terhadap Y ditandai dengan bintang 3 (***) pada kolom P (*Probability*) atau pada kolom estimate X_1 tertulis angka 1,103 dan X_{10} 1,001 yang artinya pengaruh X_1 dan X_{10} terhadap Y adalah sangat signifikan (nyata).

Table 3. Bobot indikator dengan variable Produk (X_1) dan Harga (X_2)

		Estimate	
Y_Kepuasan	<---	X2_Harga	,581
Y_Kepuasan	<---	X1_Produk	,431
x5	<---	X1_Produk	,611
x4	<---	X1_Produk	,776
x3	<---	X1_Produk	,739
x10	<---	X2_Harga	,908
x9	<---	X2_Harga	,890
y1	<---	Y_Kepuasan	,844
y2	<---	Y_Kepuasan	,794

		Estimate
y3	<--- Y_Kepuasan	,754
y4	<--- Y_Kepuasan	,709
y5	<--- Y_Kepuasan	,685
x8	<--- X2_Harga	,680
x11	<--- X2_Harga	,898
x1	<--- X1_Produk	,811
x2	<--- X1_Produk	,856
x7	<--- X1_Produk	,681
x6	<--- X1_Produk	,778

Table 3 menunjukkan bahwa pada measurement model (model pengukuran indikator dengan X2) diperoleh bobot (loading factor) terbesar adalah 0,811 pada baris X1_Produk ---> X3 artinya indikator yang sangat penting untuk diperhatikan pada variable Produk adalah “Cita rasa”. Dan (model pengukuran indikator dengan X10) diperoleh bobot (loading factor) terbesar adalah 0,811 pada baris X2_Produk ---> X10 artinya indikator yang sangat penting untuk diperhatikan pada variable Produk adalah “Harga sesuai dengan kualitasnya”. Hal ini dikarenakan citarasa dan kualitas yang sesuai harga dari kripik singkong Qtela dapat menarik minat beli masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis data primer (dengan SEM-AMOS) diperoleh nilai koefisien regresi terstandar 0,86 untuk kualitas produk dan 0,91 untuk harga dan nilai sig 0.00 (<0.05) artinya hipotesis yang menyatakan Harga yang sesuai dengan kualitasnya dan Cita rasa produk

berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mempunyai implikasi bahwa harga dan produk sangat berpengaruh terhadap suatu usaha termasuk di bidang makanan ringan. Peranan harga dan kualitas produk akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan bisnis yang semakin meningkat.

Oleh karena itu harga dan kualitas produk menjadi variabel yang sangat penting (berpengaruh) terhadap kepuasan konsumen. Harga dan produk berperan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Harga yang sesuai dengan kualitasnya dan Cita rasa produk menjadi sangat penting dalam menunjang keberhasilan usaha karena menjadi pertimbangan utama konsumen untuk membeli produk kripik singkong Qtela. Artinya jika harga sesuai dengan kualitas dan cita rasa produk yang direkomendasikan dapat diterima

oleh pasar, maka konsumen cenderung untuk mengingat produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan harga dan kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap variable kepuasan konsumen kripik singkong Qtela di Kota Cirebon. Maka dari itu disarankan untuk PT. Indofood Fritolay Makmur senantiasa memperhatikan indicator “Harga sesuai dengan kualitasnya” dan “Cita rasa”. kepada peneliti lain agar dapat meneliti faktor-faktor lainnya, agar terjadi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bisnis makanan ringan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, disampaikan kepada yang terhormat:

1. Dekan fakultas Pertanian Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian
2. Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan dalam pelaksanaan penelitian ini dan mempublikasinya

DAFTAR PUSTAKA

Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 5–6.

DESTIA, Y. (2015). *ANALISA KENAIKAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT INDOFOOD FRITOLAY MAKMUR*. Politeknik Negeri Sriwijaya.

Febriyanti, B., Hudaya, A. R., & Wachdijono, W. (2022). Variabel yang Mempengaruhi Inovasi Produk Coffee Shop Di Kota

Cirebon. *Agropross : National Conference Proceedings of Agriculture*, 501–509. <https://doi.org/10.25047/agropross.2022.321>

Harahap, L. K., & Pd, M. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) dengan SMARTPLS (partial least square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Un Walisongo Semarang*, 1(1).

Harsita, P. A., & Amam, A. (2019). Analisis Sikap konsumen terhadap atribut Produk Olahan singkong. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 19–27.

Hasib, A., & Anwar, K. (2020). Pengaruh labelisasi halal terhadap loyalitas konsumen dalam mengkonsumsi makanan ringan di unesa ketintang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1).

Maimunah, S., Nurbaya, S., & Marpaung, J. K. (2021). EDUKASI PENGARUH VARIASI WAKTU FERMENTASI TERHADAP KADAR ETANOL HASIL FERMENTASI SINGKONG KUNING (*Manihot utilissima* Pohl). *Jurnal Abdimas Mutiara*, 2(1), 285–289.

Mainaki, R., Restuhadi, F., & Rossi, E. (2016). *Analisis pemetaan kesukaan konsumen pada produk keripik ubi kayu original di kalangan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau*. Riau University.

Manalu, D., & Rakhamtiar, Y. (2023). LEGALITAS P-IRT UNTUK PENGEMBANGAN USAHA KRIPIK SINGKONG DI DESA SINDANGMUKTI. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 7346–7355.

Muharnif, M., Syaputra, S. A., & Harahap, M.

- (2021). Review Mesin Pengiris Keripik Singkong Untuk Home Industri. *Atds Saintech Journal Of Engineering*, 2(2), 29–37.
- MURJADI, N. D. (2015). *PENENTUAN HARGA JUAL MAKANAN RINGAN RENGGINANG SINGKONG POPCASSA*. Universitas Ciputra Surabaya.
- Raharjo, R. M., & Mulyanto, H. (2018). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli Konsumen Keripik Singkong. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(1), 109. <https://doi.org/10.33370/jmk.v15i1.198>
- Rahmi, S. (2018). Cara memilih makanan jajanan sehat dan efek negatif yang Ditimbulkan apabila mengkonsumsi makanan jajanan yang Tidak sehat bagi anak-anak Sekolah dasar. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, 1(1), 260–265.
- Rois, E. L. H. (2016). Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(11).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sungkar, S. (2020). Kajian semiotik pada desain kemasan makanan ringan produk Pocky Indonesia. *THESIS-2020*.
- Syaifudin, A. (2022). Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 41–46.