



Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Bimoli

Nurhidayanti¹, Intisari Haryanti², Sri Ernawati³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

e-mail: nurhidayantistie2@gmail.com

Abstrak

Based on the results of observations by researchers from several consumers who buy and use bimoli cooking oil in the city of Bima, there are bulk cooking oils that are competitors to bimoli, apart from that the price is less affordable and the packaging is less attractive compared to the packaging other cooking oils. This research was conducted with the aim of examining the influence of price and product quality on consumer satisfaction of bimoli cooking oil in Bima city. This research uses descriptive research methods. The research instrument used is questionnaire data using a Likert scale. The population of this research is unknown population, namely the people of Bima city how buy and use an unknown number of bimoli. The sample used was 96 respondents with a purposive sampling technique. Sampling, the research location was carried out in Bima city, West Nusa Tenggara. The data collection techniques used were observation, questionnaires and literature study. The data analysis techniques used were validity tests, reliability test, classical assumption test, namely, normality tests, multicollinearity test, heteroscedasticity tests, autocorrelation test, multiple linear regression, coefficient and multiple correlation, t test and f test. The results of the research show that there is not partially any influence of price on consumer satisfaction of bimoli cooking oil in the city of Bima, partially there is an influence of product quality on cooking oil consumer decisions bimoli in the city of Bima, simultaneously the price and quality of the product influence the decisions of consumers of cooking oil in the city of Bima.

Keywords: price, satisfaction, customer

1. Pendahuluan

Indonesia terkenal dengan negara produsen kelapa sawit terbesar, Kelapa sawit merupakan bahan utama untuk membuat minyak goreng meskipun terkadang ada juga minyak goreng yang terbuat dari bahan lain seperti kelapa biasa namun beda kualitas dan rasanya menggunakan kelapa sawit, minyak goreng merupakan bahan pokok utama yang dibutuhkan setiap orang didunia ini. Di Indonesia, minyak goreng yang bahan bakunya berasal dari sawit dibagi menjadi dua, yaitu ; Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang dijual kepasar tanpa menggunakan merek dan label produk yang dijual kepada konsumen secara eceran. Sedangkan Minyak goreng kemasan bermerek adalah minyak goreng yang ditawarkan kepasar dengan menggunakan kemasan, merek, dan label produk. (Ramadan 2022).

Minyak goreng pada zaman modern seperti saat ini dikemas dengan berbagai merek. Dalam membeli minyak goreng tentu saja para ibu rumah tangga mengandalkan brand image yang sudah teruji kualitasnya. Salah satu produk minyak goreng yang menjadi top brand dan produk pilihan terbaik pelanggan yaitu minyak goreng bimoli (Bitung Manado Oil Limited). Pada tahun 1968 Bimoli pertama dikenalkan di Indonesia. Minyak goreng

bimoli itu sendiri mempunyai jargon yaitu “Kesempurnaan minyak goreng”. Kandungan omega 9 yang terdapat dalam minyak goreng bimoli yang berguna untuk menjaga kadar kolesterol normal (Bukhori, 2018).

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat (Kotler (2005). Kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan konsumen produk tersebut. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.

Persepsi Harga juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan konsumen dalam membeli dan memilih produk karena harga berkaitan dengan besarnya pendapatan konsumen yang dikorbankan untuk memutuskan membeli produk jika harga tinggi, konsumen semakin berpikir dua kali untuk membeli produk tersebut, tetapi jika harga dari suatu produk semakin rendah, konsumen akan tanpa berpikir

panjang dan tidak memerlukan pertimbangan lebih guna menekan biaya pengeluaran yang sama halnya dengan pendapat (Tjiptono, 2014') bahwa agar tujuan tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable). Apabila perusahaan menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di beberapa konsumen pembeli dan pengguna minyak goreng bimoli, bahwa terdapat minyak goreng curah yang menjadi pesaing bimoli, selain itu Harganya yang kurang terjangkau serta Desainnya (kemasannya) kurang menarik atau kurang estetik dibandingkan dengan kemasan kemasan dari minyak goreng lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka sangat penting untuk mengetahui keadaan minyak goreng bimoli dikota bima. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian di kota bima yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Bimoli Di Kota Bima"

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, dimana menurut sugiono (2017) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih variabel independen tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Maksud penulis menggunakan metode penelitian deskriptif adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada minyak goreng bimoli di kota bima. Adapun instrumen penelitian adalah data kuensioner dengan menggunakan skala likert, responden diberikan serangkaian pertanyaan dengan memilih salah satu alternative jawaban yang dianggap paling tepat. Populasi dalam penelitian ini adalah unknown population yaitu masyarakat kota bima yang membeli dan menggunakan minyak goreng bimoli yang tidak diketahui jumlahnya. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan bentuk purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan peneliti adalah: 1). Berusia, 18 tahun, 2). Konsumen yang pernah membeli dan menggunakan minyak goreng bimoli, minimal satu kali pembelian. Penelitian ini dilakukan di Kota Bima Nusa Tenggara Barat. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu; observasi, kuesioner/angket, studi pustaka. Tehnik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi

linear berganda, kofisien korelasi berganda, koefisien determinasi berganda, uji t dan uji f.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas Dan Uji Realibilitas

a. Uji Validitas

Dari hasil pengujian Uji Validitas yang dilakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 27.0 maka Dari hasil pengujian Uji Validitas yang dilakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 27.0 maka dapat dinyatakan bahwa variabel Harga (X1), pada keseluruhan instrumen yang di gunakan dinyatakan Valid Karena > 0.30 .

Uji Validitas Harga (X1)

Pertanyaan	<i>Store Atmosphere</i>	R tabel	Ket.
	R hitung		
1	0.697	0.30	Valid
2	0.546	0.30	Valid
3	0.788	0.30	Valid
4	0.797	0.30	Valid
5	0.659	0.30	Valid
6	0.633	0.30	Valid

(Data yang di olah 2024)

Sedangkan variabel Kualitas Produk (X2), pada keseluruhan instrumen yang di gunakan dinyatakan Valid Karena > 0.30 .

Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Pertanyaan	Kualitas Produk	R tabel	Ket.
	R hitung		
1	0.555	0.30	Valid
2	0.550	0.30	Valid
3	0.617	0.30	Valid
4	0.374	0.30	Valid
5	0.512	0.30	Valid
6	0.580	0.30	Valid
7	0.519	0.30	Valid
8	0.599	0.30	Valid
9	0.481	0.30	Valid
10	0.580	0.30	Valid
11	0.512	0.30	Valid
12	0.525	0.30	Valid
13	0.629	0.30	Valid
14	0.560	0.30	Valid

(Data yang di olah 2024)

Sedangkan variabel Kepuasan Konsumen (Y), pada keseluruhan instrumen yang di gunakan dinyatakan Valid Karena > 0.30 .

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	Kepuasan Konsumen	R tabel	Ket.
	R hitung		
1	0.769	0.30	Valid
2	0.637	0.30	Valid
3	0.704	0.30	Valid

4	0.595	0.30	Valid
5	0.697	0.30	Valid
6	0.750	0.30	Valid

(Data yang di olah 2024)

b. Uji Realibilitas

Pengukuran reabilitas dilakukan dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS versi 27 Uji Statistik Cronbach Alpha (α). Suatu Konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 . Dari hasil spss Cronbach Alpha (α) untuk masing variabel lebih besar (>0.60), maka variable Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat dikatakan reliabel.

Uji Realibilitas Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y)

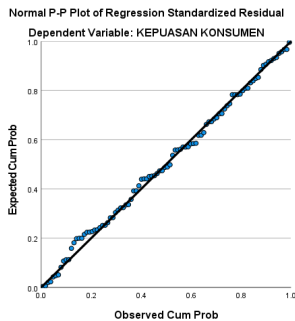
Variabel	R Hitung	N	R tabel	Ket.
Harga (X1)	0,781	6	0.60	Realibel
Kualitas Produk (X2)	0,831	16	0.60	Realibel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,779	6	0.60	Realibel

(Data yang di olah 2024)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan sisaan regresi menyebar secara sempurna artinya *error* mengikuti fungsi distribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.



b. Uji Multikolineariatas

Hasil uji multikolinearitas variabel bebas menunjukkan nilai Tolerance untuk Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) = 0,947 $> 0, 10$ dan VIF 1.056 < 10 , maka kesimpulan dari pengujian data tersebut Tidak Multikolinieritas.

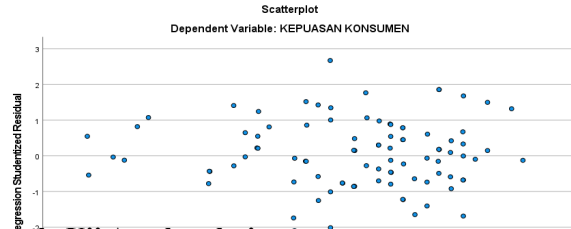
Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA	.947	1.056

KUALITAS PRODUK	.947	1.056
-----------------	------	-------

c. Uji Heterokedaktisitas

Hasil uji heterokedaktisitas menunjukkan bahwa titik-titik plot tidak membentuk pola tertentu dan cenderung menyebar disekitar sumbu Y=0. Oleh karena itu dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.



d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji autokorelasi menunjukkan Nilai *Durbin Watson* pada *Model Summary* adalah sebesar 1.818 Berdasarkan tabel kriteria uji Darbin Watson yang ke 5 dimana jika $du < d < 4 - du$ dapat di simpulkan tidak terjadi autokorelasi negatif dan positif. Jadi karena $1,7326 < 1.818 < 2,2674$ maka tidak ada autokorelasi.

Model Summary^b

Mo del	R	R Squar e	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.587 ^a	.345	.331	3.009	1.818

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: data di olah 2024

3. Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di ketahui bahwa nilai konstanta adalah sebesar 5.667 dan Harga (X1) = -0.003, Kualitas produk (X2) = 0.274.

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.667	3.321		1.706	.091		
HARGA	-.003					.947	1.056
KUALITAS PRODUK	.274						

HA	-	.117	-.002	-	.977	.947	1.05
RG	.003		.029				6
A							
KUA	.274	.040	.588	6.81	.000	.947	1.05
LIT				2			6
AS							
PR							
OD							
UK							

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: data di olah 2024

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 5.667 - 0.003 X_1 + 0.274 X_2$$

Persamaan tersebut dapat di artikan sebagai berikut ini:

- Kostanta sebesar 5.667, mengadung arti bahwa nilai konsisten variable Kepuasan konsumen adalah sebesar 5.667.

- Koefisien regresi Harga (X1) sebesar -0,003 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai Harga, maka nilai Kepuasan konsumen bertambah sebesar -0,003. Koefisien regresi tersebut bernilai Negatif, sehingga dapat di katakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah Negatif.

- Koefisien regresi Kualitas produk (X2) sebesar 0.274 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai Kualitas produk, maka nilai Keputusan konsumen bertambah sebesar 0.274. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat di katakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

4. Korelasi berganda

Berdasarkan hasil olahan data spss versi 27.0 di peroleh nilai korelasi sebesar 0,587, dan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) berada pada Sedang.

Koefisien Korelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.587 ^a	.345	.331	3.009	1.818

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK , HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: data di olah 2024

5. Koefisien Determinasi Berganda

Berdasarkan hasil olahan data spss versi 27.0 tabel 4.7 maka di peroleh nilai koefisien determinasi sebesar = 0.345 Pengujian ini menyatakan bahwa Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) berpengaruh sebesar 34.5 %. Sedangkan 65.5 % di pengaruhi oleh variabel lain di

luar dari pada variabel yang di uji oleh peneliti ini seperti kualitas pelayanan, Promosi dan lainnya.

Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.587 ^a	.345	.331	3.009	1.818

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK , HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: data di olah 2024

6. Uji Signifikansi

a. Uji t-statistik

Uji t-statistik

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	5.667	3.321		1.706	.091
	HARGA	-.003	.117	-.002	-.029	.977
	KUALITAS PRODUK	.274	.040	.588	6.812	.000

Sumber: data di olah 2024

1). Berdasarkan hasil output SPSS versi 27.0 di peroleh nilai thitung Harga (X1) = -0.029, dengan jumlah derajat kebebasan (dk) = n-2 atau 96 - 2 = 94. Sehingga di peroleh nilai ttabel = 1.66123 ,maka thitung lebih kecil dari ttabel (-0.029 < 1.66123), dan nilai sig 0.977 > 0.05 sehingga hipotesis yang menyatakan : Tidak ada pengaruh Harga terhadap kepuasan pembelian minyak goreng Bimoli di kota Bima.

2). Berdasarkan hasil output SPSS versi 27.0 di peroleh nilai thitung Kualitas Produk (X2) = 6.812, dengan jumlah derajat kebebasan (dk) = n-2 atau 96 - 2 = 94. Sehingga di peroleh nilai ttabel = 1.66123 ,maka thitung lebih besar dari ttabel (6.812 > 1.66123), dan nilai sig 0.000 < 0.05 sehingga hipotesis yang menyatakan : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian minyak goreng Bimoli di kota Bima.

b. Uji F statistic

Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.080	2	221.540	24.462	.000 ^b
	Residual	842.253	93	9.056		

Total	1285.33	95			
	3				

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK , HARGA

Sumber: data di olah 2024

1.) Berdasarkan hasil olahan data SPSS 2.07 diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah F_{hitung} sebesar 24.462, dimana $df_1 = K-1$ dan $df_2 = n-K$, K adalah jumlah variabel dan $n =$ jumlah sample pembentuk regresi, jadi $df_1 = 3-2 = 1$ dan $df_2 = 96-2=94$, maka di dapat di nilai $F_{tabel} = 2.701$.

2.) Berdasarkan Berdasarkan hasil olahan data SPSS 2.07 diperoleh, nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (24.462 > 2.701), dan nilai sig 0.000 < 0.05 sehingga hipotesis yang menyatakan : Terdapat pengaruh secara simultan harga dan kualitas produk Terhadap kepuasan pembelian minyak goreng Bimoli di kota bima.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan sebelumnya maka dapat di tarik beberapa kesimpulan. Pertama tidak ada pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli di kota Bima. Semakin tinggi harga, tidak akan membuat konsumen merasa puas, justru mengurangi kepuasan. Kedua terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli di kota Bima, artinya kualitas yang baik akan memberikan tingkat kepuasan konsumen atau pembelinya. Ketiga terdapat pengaruh secara simultan harga dan kualitas produk Terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli di kota Bima, artinya, harga dan kualitas minyak goreng yang baik akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen merasa puas makan dapat membuat konsumen loyal terhadap produk tersebut.

REFERENCE

- Astuti, D., & Noviyanti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian: Minat Konsumen , Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Msdm). 3(5), 540–551.
- Baehaqi. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. 4(1), 21–33.
- Bukhori, 2018. “Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Ibu Rumah Tangga Desa Kebonagung Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan”. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, Vol. 11, No.
- Bukhori, M. (2021). Turnover Intentions:

Pengaruh Kepuasan Kerja , Komitmen Organisasional dan Stres Kerja Turnover Intentions : The Effect of Job Satisfaction , Organizational Commitment and Job Stress. 2(01), 89–98.

Farida, I. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. 1(1), 1–8.

Irawan, I. A. (2019). Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. 7(1).

Kotler. Philip. Armstrong. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.

Lestari-, F. D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Scarlett By Felicia Angelista. 197–200.

Nisa, F. A., & Nasrudin, H. (2022). Development Of Student Worksheet With Guided Inquiry To Train High Order Thinking Skills On The Reaction Rate Materials. 10(1), 69–83.

Ramadan. 2022. “Tata Kelola Perusahaan Minyak Goreng Di Indonesia : Studi Literatur Fenomena Kelangkaan Dan Kenaikan Harga Minyak Goreng Di Indonesia”. AOSCM: Articles on Operations and Supply Chain Management (OSCM), Vol. 1, No. 1.

Tjiptono. (2014). Finistyawan and Bessie/ Journal Of Management (SME’s) Vol. 12, No.2, 2020, p149-165. 12(2), 149–165.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA.

Oktavianus, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella Di Palembang. 11(2), 388–396.

Setyobudi. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). 2, 214–226.

Sharen, E. A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt . Shopee International Indonesia Di Kota Manado. 9(3), 35–43.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.

- Sulistyowati. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli Di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember.
- Tampi, J. R. E., & Rogahang, J. J. (2016). Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu) Nela Favianury Kapahang Jurnal Administrasi Bisnis 2016. 1, 1–5.
- Tjiptono. (2014). Finistyan And Bessie/ Journal Of Management (Sme's) Vol. 12,