

Pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mie Gacoan Gresik

Zafiroh Nurul Janah¹, Anom Maruta², Agung Pudjianto³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

zafirohnuruljanah@gmail.com¹, anom@untag-sby.ac.id², agung@untag-sby.ac.id³

Abstrak

Business competition is getting tougher, as nowadays there are a lot of culinary businesses that have sprung up with various characteristics and advantages of each. one of the companies involved in business competition is Mie Gacaoan. Mie Gacaoan is one of the restaurants in Gresik that offers food in the form of spicy noodles with a level of spiciness that can be adjusted to the wishes of consumers. The formulation of the problem from there is an influence of Brand Image, Taste and Price partially and simultaneously on consumer satisfaction. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, validity test, reliability test, classical assumption test and hypothesis testing. The results of this study indicate that Brand Image has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik, Taste has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik, Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik, and Brand Image, Taste, and Price have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The effect of Brand Image, Taste and Price on Consumer Satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Taste, Price and Consumer Satisfaction*

Abstrak

Persaingan bisnis kini semakin ketat, seperti sekarang ini banyak sekali usaha kuliner yang bermunculan dengan beragam ciri khas dan keunggulan masing-masing. salah satu perusahaan yang terlibat dalam persaingan bisnis adalah Mie Gacaoan. Mie Gacaoan merupakan salah satu restoran di Gresik yang menawarkan makanan berupa Mie pedas dengan tingkat kepedasan yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaoan Gresik, Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaoan Gresik, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaoan Gresik, dan *Brand Image*, Cita Rasa, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Brand Image, Cita Rasa, Harga dan Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Di era modern ini berdampak pada bisnis di Indonesia yang berkembang semakin pesat, terutama pada bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Kemunculan bisnis kuliner ini dikarenakan pola hidup masyarakat yang suka memesan makanan diluar. Bisnis makanan yang berkembang baik salah satunya yaitu olahan mie pedas. Beberapa restoran yang menyajikan mie dengan cita rasa dominan pedas atau

memiliki tingkatan level pedas yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen, mulai dari tingkat kepedasan rendah hingga tinggi. Diantaranya adalah Kober Mie Setan, Mie setan, Mie Chili, Mie Gobyos dan lainnya.

Olahan mie pedas ini juga ditawarkan oleh Mie Gacoan, Mie Gacoan telah didirikan di beberapa kota besar di Indonesia salah satunya ada di kota Gresik. Kedai yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas ini sangat populer diantara kedai yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas lainnya, Hal itu terlihat dari antrian pengunjung yang tidak pernah sepi. Dengan menyebut namanya konsumen bisa mengetahui bahwa makanan yang ditawarkan adalah makanan yang memiliki cita rasa yang pedas. Sedangkan kata “Gacoan” tidak mencirikan jika makanan yang ditawarkan restoran tersebut memiliki cita rasa pedas. Dalam bahasa Jawa Gacoan berarti jagoan atau andalan. Dengan harapan agar restoran tersebut bisa menjadi restoran yang menyajikan mie terbaik diantara yang sudah ada sebelumnya.

Didalam bisnis kuliner faktor yang sangat penting untuk kepuasan konsumen adalah cita rasa. Dalam memilih makanan konsumen pasti mengutamakan cita rasa, jika makanan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan maka akan membuat konsumen merasa puas. Mie Gacoan memiliki perbedaan dibandingkan dengan mie pedas lainnya, perbedaan tersebut terletak pada bentuk dan tekstur mie yang lebih kecil dan tipis, pangsit isi daging ayam dan rasa bumbu mie yang meresap dilidah. Disisi lain harga yang ditawarkan Mie Gacoan lebih mahal dibandingkan dengan restoran yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas lainnya. Meskipun lebih mahal dibanding mie sejenisnya mie Gacoan tidak pernah sepi pengunjung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mencoba melihat adakah keterlibatan *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Cita rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Gresik”

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dapat menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel bebas dengan variabel terikat

Teknik pengumpulan data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini akan disebar kepada responden yang pernah membeli mie gacoan gresik dengan bantuan google form.

Teknik Analisa Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,302	1,684		-,773	,441
Brand Image	,189	,059	,285	3,221	,002
Cita Rasa	,371	,103	,348	3,607	,001

Harga	,323	,114	,277	2,825	,006
-------	------	------	------	-------	------

Dari Persamaan diatas dapat disimpulkan :

1. $a = -1302$
Konstanta sebesar -1,302 artinya yaitu jika variabel *Brand Image* (X1), Cita Rasa (X2) dan Harga (X3) bernilai 0/konstan, maka kepuasan konsumen berkurang 1302
2. $b_1 = 0,189$
Koefisien regresi variabel *Brand Image* (X1) sebesar 0,189. Artinya jika variabel (X1) naik satu satuan maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,189, dengan asumsi-asumsi yang lain tetap.
3. $b_2 = 0,371$
Koefisien regresi variabel Cita Rasa (X2) sebesar 0,371. Artinya jika variabel X1 naik satu satuan maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,371, dengan asumsi-asumsi yang lain tetap.
4. $b_3 = 0,323$
Koefisien regresi variabel Harga (X3) sebesar 0,323. Artinya jika variabel X3 naik satu satuan maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,323, dengan asumsi-asumsi yang lain tetap

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 ^a	,669	,659	1,356

Sumber : Output SPSS V20 diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan data diatas diperoleh hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,669 atau 66,9%. Dimana nilai koefisien ini menunjukkan besarnya pengaruh *Brand Image* (X1), Cita rasa (X2) dan Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Mie Gacoan Gresik sebesar 66,9% sedangkan sisanya sebesar 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,302	1,684		-,773	,441
Brand Image	,189	,059	,285	3,221	,002
Cita Rasa	,371	,103	,348	3,607	,001
Harga	,323	,114	,277	2,825	,006

- a. Hipotesis 1 :
Hasil analisis Statistik diperoleh t-hitung pada variabel *Brand Image* lebih besar dari pada t-tabel ($3,221 > 1661$) dengan tingkat signifikan ($0,02 < 0,05$), Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaon Gresik.
- b. Hipotesis 2
Hasil analisis Statistik diperoleh t-hitung pada variabel Cita Rasa lebih besar dari pada t-tabel ($3,067 > 1661$) dengan tingkat signifikan ($0,01 < 0,05$), Hal ini menunjukkan bahwa Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaon Gresik.

c. Hipotesis 3

Hasil analisis Statistik diperoleh t -hitung pada variabel Harga lebih besar dari pada t -tabel ($2,825 > 1661$) dengan tingkat signifikan ($0,06 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	342,717	3	114,239	62,089	,000 ^b
	Residual	169,273	92	1,840		
	Total	511,990	95			

Hasil analisis statistik diperoleh nilai F -hitung sebesar $62,089 > 2,70$ dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa, Harga terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik.

Pembahasan

1. Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini juga didukung dengan hasil analisis deskripsi jawaban responden terutama pada indikator reputasi dengan pernyataan “Mie Gacoon adalah merek yang sangat populer”

2. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis dari penelitian ini membuktikan bahwa Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan hasil analisis jawaban responden tertinggi pada indikator bau dengan pernyataan “Aroma makanan yang ditawarkan Mie Gacoon mengundang selera”.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis penelitian ini menggambarkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu juga didukung dengan hasil analisis jawaban responden pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan Mie Gacoon sesuai dengan kualitas yang produk”

4. Pengaruh Brand Image, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan menjelaskan bahwa *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik. Hal ini menggambarkan bahwa *Brand Image* Cita Rasa dan Harga memiliki peranan penting dan berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen.

Penutup

Kesimpulan

1. *Brand Image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik.
2. Cita Rasa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik.
3. Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik.
4. *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoon Gresik.

Saran

1. Mie Gacoan perlu menjaga reputasi perusahaan dengan cara menjaga mutu kualitas produk agar tetap berkualitas sehingga meminimalisir adanya kesalahan yang mengakibatkan konsumen beralih ke produk lain yang sejenis,
2. Mie gacoan harus tetap mempertahankan ciri khas aroma tersebut dengan tidak mengubah atau mengurangi bumbu dan bahan yang digunakan agar selera konsumen tidak berubah
3. Sebaiknya mie gacoan menambah kualitas produk dengan memberikan kualitas tambahan seperti topping pada mie atau kemasan produk yang tahan panas.
4. Sebaiknya peneliti selanjutnya lebih memperluas variabel dan dapat mengkaji lebih dalam mengenai *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen sehingga diharapkan penelitian yang akan datang lebih baik dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Chusniati et al., (2017). “Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Uber Taxi di Surabaya”. Jurnal dinamika Administrasi Bisnis
- Farisa et al., (2005). “Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono) Indri Farisa, Dra. Awin Mulyati, MM, Dr. IGN. Anom Marutha, MM”. Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis
- Ghozali, Imam, (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, dan Armstrong. (2012). Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition. England: Pearson Education