**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan Kecamatan Batui**

***The Effect of Product Quality and Price on Customer Satisfaction Tofu Factory, Sisipan Village, Batui District***

**Fitriani Mas’ud1, Ichsan Milang2\***

1 Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas

Tompotika Luwuk Banggai

2,Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika

Luwuk Banggai

\*2Email : [ichsanmilang@gmail.com](mailto:ichsanmilang@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruhkualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan. Pengambilan sampel yang digunakan dengan Aksidental Sampling. Sampel sebanyak 100 responden yakni masyarakat kelurahan sisipan yang membeli tahu. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi (r), Koefisien Determinasi ( R2), Uji F dan Uji t. Hasil analisis regresi Y = 4,727 + 0,324X1 + 0,165X2. Menunjukan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y). Hasil analisis Koefisien Korelasi (r) sebesar 0,863 ini menunjukan adanya hubungan yang sangat kuat pengaruhnya antara Kualitas Produk, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien Determinasi (R2) sebesar 0,714 atau 71,4 memberikan arti bahwa besarnya pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya 28,6% ditentukan oleh variabel diluar model yang di analisis. Pengujian hipotesis diperoleh bahwa Fhitung 13,236 > Ftabel 3,09. Hal ini menunjukan H0 di tolak dan Ha diterima. Uji-t Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana (2,464, dan 1,885) > ttabel (1,660) dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,001, dan 0,002 < 0,05. Dilihat bahwa kualitas produk paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Kata kunci** : kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan

***Abstract***

*The study was conducted to determine and analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction at the Tofu Factory in Sisipan Village. Sampling is used by accidental sampling. The sample is 100 respondents, namely the residents of the Sisipan village who buy tofu. The data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis, Correlation Coefficient (r), Coefficient of Determination (R2), F-test, and t-test. The results of the regression analysis Y = 4.727 + 0.324X1 + 0.165X2. Shows that product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). The results of the correlation coefficient analysis (r) of 0.863 show that there is a very strong relationship between product quality and price on customer satisfaction. The coefficient of determination (R2) of 0.714 or 71.4 means that the magnitude of the influence of product quality and price on customer satisfaction and the remaining 28.6% is determined by variables outside the model being analyzed. Hypothesis testing is obtained that Fcount 13,236 > Ftable 3,09. This shows that H0 is rejected and Ha is accepted. The t-test of Product Quality and Price has a positive and significant effect on customer satisfaction where (2,464, and 1,885) > t table (1,660) and has a probability value of 0,001, and 0,002 < 0,05. It is seen that product quality most dominantly affects customer satisfaction.*

***Keywords****: product quality, price, and customer satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Pada dasarnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan agar merasa puas. Terciptannya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat dan pengaruh yang besar bagi perusahaan dan pelanggan agar menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptannya kepuasan pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mounth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Tjiptono (2003 : 21).Kepuasan pelanggan sangat tergantung dengan kualitas suatu produk, harga, promosi serta tempat. Peran penting kualitas produk ini sebagaimana di tegaskan Kotler dan Keller (2009 :138) bahwa semakin berkualitas produk dan jasa yang di berikan maka kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan atau konsumen semakin tinggi. Kepuasaan pelanggan sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena perbandingan kinerja yang mempersepsikan produk terhadap harapan mereka. Sementara itu yang di maksud kualitas produk merupakan diferensiasi suatu produk tertentu. Hal ini sebagaimana di jelaskan Kotler (Laksana, 2008 : 89) bahwa kualitas merupakan unsur yang terdiri dari sejumlah keistimewaan produk guna memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan kualitas atas pengguna produk. Tjiptono (2000 : 51) menjelaskan pula kualitas produk dan jasa ditentukan melalui dimensi - dimensinya. Dimensi tersebut dinamakan dimensi kualitas produk. Harga sangat berperan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dan harga juga dapat menimbulkan berbagai interpretasi di mata para konsumen. Konsumen akan memiliki inteprestasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik (motivasi, sikap, konsep diri ) pribadi lingkungannya .Berbagai intepretasi dan persepsi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh yang berbeda-beda pada perilaku konsumen, harga merupakan salah satu isyarat yang di gunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan berpengaruh terhadap penilaian konsumen tentang suatu produk. konsumen mempunyai beberapa penilaian tentang harga suatu produk. Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap Harga juga sangat penting karna setiap harga yang di tetapkan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk akan menjadi beda. Biasanya permintaan dan harga akan berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga semakin tinggi permintaan produk.

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan Hikman Endraswati (2002) produk akan bernilai di mata pelanggan dengan biaya total pelanggan ,pelanggan akan merasa puas tergantung pada kinerja produk yang di keluarkan oleh perusahaan dengan berhubungan harapan pembeli. Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah adalah : Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan, Bagaimana tingkat signifikansi kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan, Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Kelurahan sisipan. Tujuan penelitian adalah : Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan, Untuk mengetahui tingkat signifikansi kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan. Untuk mengetahui pengaruh variabel yang paling berpengaruh kepuasan pelanggan.

**METODE**

Jenis data penelitian yang di gunakan adalah data kualitatif yang di kuantitatifkan dengan menggunakan kuisioner dan wawancara dengan bantuan skala likert, yaitu jenis skala yang di gunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena social spesifik), seperti sikap, pendapatan dan persepsi sosial seseorang atau kelompok orang (Hasan ,2002 : 72). Tehnik pengukuran variabel sebagai alat ukur untuk variabel variabel tersebut, maka dalam penelitian ini pelanggan sebagai responden dan tanggapan responden di tuangkan melalui kuisoner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data penelitian memakai regresi linear berganda merupakan alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.alat analisis ini di gunakan untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih (Ridwan dan Sunarto , 2007 : 108 )

Adapun persamaan linear berganda dengan rumus:

Y=a + b1 X1 + b2X2 + e

Dimana : Y = Kepuasan Pelanggan

X1= Kualitas Produk

X2 = Harga

a = Konstanta

b = Nilai Koefisien Regresi

Metode korelasi (r) digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan keeratan antara variabel Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan Pelanggan (Afnina & Hastuti, 2018). Adapun rumus koefisien korelasi linier sederhana sebagai berikut:

sebagai berikut : r =

keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Jawaban Koesioner Variabel Bebas (X1,X2)

y = Jawaban Koesioner Terikat (Y)

Korelasi dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga (-1 ≤ r ≤ + 1). Apabila nilai r = -1 artinya korelasinya negatif sempurna; r = 0 artinya tidak ada korelasi; dan r = 1 berarti korelasinya sangat kuat (Barusman & Yoshoa, 2014).

Menurut Sugiyono (2007:57) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 1**

**Interprestasi Koefisien Nilai R**

|  |  |
| --- | --- |
| **Interprestasi Koefisien Nilai R** | **Tingkat Hubungan** |
| 0,80 – 1,000  0,60 – 0,799  0,40 – 0,599  0,20 – 0,399  0,00 – 0,199 | Sangat Kuat  Kuat  Sedang  Rendah  Sangat Rendah |

Koefisien determinasi (R²) untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y (Harumi, 2016). Dapat di tentukan dengan rumus koefisien determin sebagai berikut: KP = r² x 100% Dimana : KP = Nilai koefisien Diterminan, r = Nilai koefisien korelasiKoefisien determinasi (R2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi (R2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Uji F, yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji t, yaitu uji untuk mempengaruhi pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Tabel. 2 (koefisien regresi, T hitung, F hitung, Signifikan F hitung, koefisien korelasi, koefisien determinasi).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Koefisien regresi | t hitung | Sig.t |
| Konstanta | 4,727 | 2,588 | 0,011 |
| Kualitas Produk | 0,324 | 2,464 | 0,001 |
| Harga | 0,165 | 1,885 | 0,002 |
| R2 (Koefisien Determinasi)  R (Koefisien Korelasi)  Fhitung  Sig.F  t-tabel | 0,714  0,863  13,236  0,000  1,660 | N = 100  K = 2  Dk = (n-1)-k  Dk = 100 – 1 – 2 = 97  F tabel = 2,47 | |

Berdasarkan tabel diatas hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 16 dapat disimpulkan bahwa : Y = 4,727 + 0,324X1 + 0,165X2. Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut : b0 = Nilai konstanta sebesar 4,727, artinya tanpa adanya kualitas produk dan harga maka Kepuasan Pelanggan pada pabrik tahu kelurahan sisipan sebesar 4,727%. b1=Nilai koefisien regresi (X1) kualitas produk sebesar 0,324, artinya jika variabel kualitas produk mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,324 satuan dengan ketentuan variabel lainnya dianggap konstan. b2=Nilai koefisien regresi (X2) harga sebesar 0,165, artinya jika variabel harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,165 satuan dengan ketentuan variabel lainnya dianggap konstan.

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil perhitungan regresi adalah Y = 4,727 + 0,324X1 + 0,165X2. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa 4,727 yang merupakan nilai konstanta, artinya tanpa adanya produk, dan harga maka kepuasan pelanggan sebesar 4,727%. sedangkan kualitas produk (0,324), dan harga (0,165) menunjukan bahwa apabila salah satu item ditingkatkan dan sebagian item tetap maka salah satu item yang ditingkatkan akan mempengaruhi Kepuasan pelanggan membelitahu pada Pabrik Tahu Kelurahan Sisipan Kecamatan Batui. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi (R) dihasilkan angka 0,863 ini menunjukan arti bahwa adanya hubungan yang sangat kuat pengaruhnya antara Kualitas produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien determinasi (R2) sebesar 0,714 atau 71,4% memberikan arti bahwa besarnya pengaruh Kualitas produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan selebihnya 28,6% ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Sedangkan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah Variabel Kualitas produk, hal ini disebabkan karena memiliki nilai thitung yang terbesar dan memiliki nilai probabilitas yang terkecil, dimana semakin kecil probabilitas maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

Afnina, A. dan Y. Hastuti. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap KepuasanPelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9(1):21-30

Barusman, Andala Rama Putra dan Yoshoa, (2014). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bubur Gabe Bandar Lampung.*Jurnal Manajemen Dan Bisnis Bandar Lampung* Vol.4 No 2

Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, *8*(2), 115–128. https://doi.org/10.31289/ANALITIKA.V8I2.875

Hasan, M.Iqbal, (2002). Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta

Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Laksana, (2008). Manajemen Pemasaran. PT.Terbit Terang, Jakarta

Sunarto dan Ridwan , (2007). Tehnik Pengukuran Variabel. PT. Rajawali Sinar Mas Bandung

Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta

Tjiptono, Fandi (2000). Strategi Pemasaran.CV Andi Offset,Yogyakarta

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (2003). Stategi Pemasaran, CV Andi Offet ,Yogyakarta.