



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelanggan Toko Elektronik Mickim Tech di Kota Gorontalo

Daniel Decaprio Doloksaribu¹, Radia Hafid², Agil Bahsoan³, Usman Moonti⁴, Melizubaida Mahmud⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

E-mail: danieldeska8@gmail.com, radiahafid@ung.ac.id, usmanmoonti@ung.ac.id, melimahmud@ung.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-08-12 Revised: 2023-09-15 Published: 2023-10-02 Keywords: <i>Product Quality;</i> <i>Price;</i> <i>Customer Satisfaction.</i>	This research aimed to determine the influence of product quality and price on customer satisfaction in MICKIM TECH store in Gorontalo City. This research employed a quantitative approach with an Ex post facto method. The data used in this research were primary data obtained from distributing questionnaires to the customers of the MICKIM TECH store in Gorontalo City. The research samples were 45 respondents. The data analysis technique employed Simple Linear Regression. The results indicated that product quality and price influenced customer satisfaction at the MICKIM TECH store in Gorontalo City. The influence of product quality and price on customer satisfaction at the MICKIM TECH store in Gorontalo City was 20,7%, while the remaining 79,3% is influenced by variables not examined in this research.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-08-12 Direvisi: 2023-09-15 Dipublikasi: 2023-10-02 Kata kunci: <i>Kualitas Produk;</i> <i>Harga;</i> <i>Kepuasan Konsumen.</i>	Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelanggan Toko MICKIM TECH di Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian Expost-facto. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada Pelanggan Toko MICKIM TECH di kota Gorontalo. Jumlah Penarikan Sampel dalam penelitian ini sebesar 45 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelanggan Toko MICKIM TECH di Kota Gorontalo. Besaran Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 20,7% sedangkan sisanya sebesar 79,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin erat yang membuat para pelaku bisnis harus mampu meningkatkan strategi berbisnisnya agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Karena dalam kondisi ini persaingan dalam dunia usaha merupakan fokus utama yang perlu di perhatikan oleh para pelaku usaha. Untuk menjaga keseimbangan pangsa pasarnya, perusahaan harus dapat memprioritaskan kepuasan konsumen agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar, baik dari segi harga maupun kualitas produknya. Perusahaan pun harus mampu mengetahui apa yang menjadi hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dan berusaha memanifestasikan kinerja sebgus mungkin, dan akhirnya pelaku usaha dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Secara umum, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan yang dia harapkan, nilai kepuasan dan meningkatkan eksptasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. ketika apa

yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas.

Tabel 1. Data Pengunjung Toko MICKIM TECH 2022

No	Bulan	Jumlah Kunjungan
A	Juni	334
B	Juli	311
C	Agustus	342
D	September	307
E	Oktober	297

Sumber: Toko MICKIM TECH

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terjadi flaktuasi jumlah kunjungan di *toko MICKIM TECH* pada bulan Juni hingga Oktober 2022. Kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan dalam bisnis Elektronik. Di Gorontalo sudah banyak berdiri usaha toko elektronik (Prabotan rumah tangga) salah satunya adalah toko MICKIM TECH. Dari sini peneliti ingin menjadikan toko tersebut sebagai objek penelitian, MICKIM TECH merupakan salah

satu usaha yang bergerak di bidang *elektronik* yang terletak di kota Gorontalo tepatnya di jalan Belimbing kota Gorontalo. Toko ini menawarkan berbagai macam barang-barang elektronik. Seperti, Sound Sistem, Setrika, Air Fryer, Kipas angin, Rice Cooker, Blender, Mixer dan beberapa barang elektronik lainnya. Namun pada faktanya yang ditemukan dilapangan tidak semua konsumen MICKIM TECH berasal dari kalangan pendapatan atas justru rata rata pelanggan dari toko MICKIM TECH tersebut berasal dari pendapatan kalangan menengah ke atas. Karena penetapan harga barang yang di tawarkan di toko elektronik MICKIM TECH yang cukup tinggi dibandingkan dengan tempat lainnya, hal ini membuat pelanggan toko MICKIM TECH rata-rata adalah orang-orang yang memiliki penghasilan lebih seperti, Pengusaha, Pegawai Kantor, PNS, dan Dosen. Dengan kondisi ini, toko MICKIM TECH akan kesulitan untuk dapat mengembangkan lebih banyak konsumen. Dan kemungkinan akan mengalami penurunan seperti yang telah digambarkan pada table 1 Untuk itu pihak dari toko MICKIM TECH perlu berbenah dan lebih memperhatikan indikasi-indikasi yang nantinya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen adalah faktor penting untuk keberlangsungan hidup suatu usaha.

Tidak mudah bagi toko MICKIM TECH untuk bersaing ditengah banyaknya usaha sejenis di kota Gorontalo dengan menawarkan harga bersaing. Untuk itu MICKIM TECH perlu menerapkan strategi yang tepat dalam mengelola usahanya dan berusaha memanifestasikan kinerja sebgus mungkin untuk dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Dan kepuasan konsumen tentunya menjadi dasar bagi toko MICKIM TECH salah satunya dalam hal penetapan harga dan kualitas barang yang di jual.

Berdasarkan Observasi awal yang didapat, harga yang diterapkan ditoko MICKIM TECH ini menjadi perhatian konsumen untuk berbelanja ditoko ini, sebagian besar dari mereka berpendapat bahwa harga yang di tawarkan tidak sesuai dengan kualitas barang dibandingkan dengan toko lain yang ada di kota Gorontalo bahkan lebih berkembang dari toko MICKIM TECH. Dengan kualitas barang yang sama tetapi harga yang berbeda akan menurunkan minat konsumen dalam berbelanja pada toko itu, jika kondisi terus berlanjut maka akan memberikan dampak yang buruk bagi toko MICKIM TECH. Harga juga merupakan salah satu faktor lain untuk menentukan kepuasan konsumen selain

kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 439) Harga adalah jumlah uang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga sangat berperan penting dalam penjualan karena sangat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap suatu produk, jika suatu produk tersebut memiliki harga yang tinggi maka konsumen akan mengharapkan kualitas yang baik dari produk tersebut. Jika produk memiliki harga yang terlalu rendah, konsumen akan meragukan kualitas dari produk tersebut. Oleh sebab itu setiap pelaku usaha ketika ingin menetapkan harga, harus mempertimbangkan secara matang sehingga dapat menguntungkan bagi perusahaannya (mendapatkan laba) dan bagi konsumen dapat membeli produk tersebut dan merasa puas jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dibelinya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik mengangkat kembali judul dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelanggan Toko Elektronik MICKIM TECH di Kota Gorontalo)".

II. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei. Metode penelitian ini adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya ialah sistematis, terstruktur dan terencana dengan jelas sejak awal hingga pada pembuatan desain untuk penelitiannya. Sugiyono (2017:8) mengemukakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk mengaju pada hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode survei, dimana peneliti mendapatkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada Toko Elektronik MICKIM TECH yaitu sebanyak 45 orang $15: 100 \times 297 = 44,55$ (Jumlah Pengunjung Toko MICKIM TECH di bulan Oktober) Dibulatkan menjadi 45 Populasi Pencarian sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, dimana untuk menentukan sampel

yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel apabila orang tersebut kebetulan cocok dijadikan sumber data (Martono, 2016:80).

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti ialah dengan menggunakan dua jenis data, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh peneliti melalui penelitian yang ditujukan kepada para konsumen yang berada di tempat penelitian. Untuk itu penulis menggunakan metode: observasi, dokumentasi dan kuesioner. Kuisisioner berisi tentang pernyataan data pribadi responden, butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang dipakai untuk mengumpulkan data dari responden yang berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen (Y), variabel kualitas produk (X1), dan variabel harga (X2). Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku, jurnal penelitian, artikel dan sebagainya yang digunakan sebagai referensi dalam suatu penelitian.

2. Teknik Analisis Data

Sebelum instrument digunakan harus diuji terlebih dahulu kelayakan dari instrument tersebut. Dimana pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. dalam penelitian ini analisis data menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis regresi menggunakan analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis meliputi uji t (uji parsial) dan Uji F (uji simultan). Dalam penelitian ini untuk pengolahan data menggunakan bantuan software SPSS versi 22.

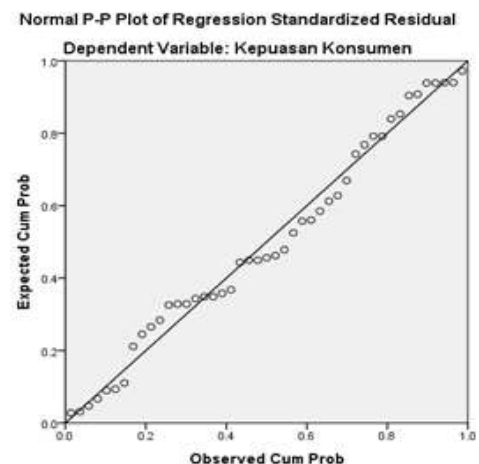
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dari hasil uji validitas keseluruhan dengan mengikuti kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti Valid. Maka didapatkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan/pernyataan $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,297) maka untuk uji validitas dari keseluruhan data variabel kepuasan konsumen (Y), kualitas produk (X1) dan harga(X2) valid dan dapat digunakan untuk penelitian Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai cornbach's alpha instrument Kualitas Produk (X1) adalah sebesar $r_{alpha} = 0,793$, hasil koefisien reliabilitas instrument Harga (X2) adalah sebesar $r_{alpha} = 0,773$, dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar $r_{alpha} = 0,825$

Sesuai dengan kriteria, nilai tersebut telah melebihi dari 0,6 Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner yang disebar memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik dan hasil kuesioner dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (KolmogorovSmirnov Test) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Hasil *Normal Probability Plot* untuk uji normalitas digambarkan pada gambar berikut:

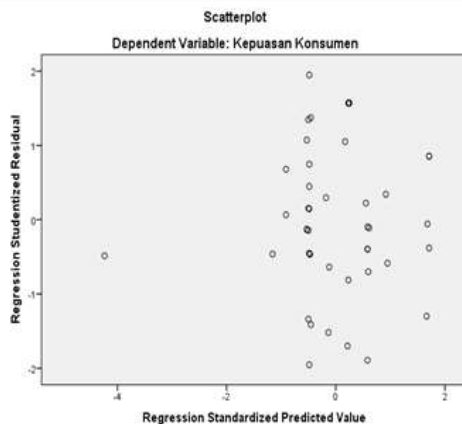


Gambar 1. Grafik Normal Plot

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa keseluruhan data menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, yang berarti dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selanjutnya pada pengamatan menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test didapatkan hasil nilai residual Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,20 > 0,05$. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.

Diketahui bahwa hasil signifikansi dari variabel Kualitas Produk (X1) lebih dari 0,05 yaitu 0,085 dan variabel Harga (X2) lebih dari 0,05 yaitu 0,924. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas antar variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen. Maka hasil diatas

dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik Scatterplot ditunjukkan pada grafik berikut:



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Dengan melihat grafik Scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada Kepuasan Konsumen yang digunakan. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas tolerance > 0,10 dan bats VIF < 10,00, sehingga dapat diambil kesimpulan tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas.

Dalam Coefficients table, besaran nilai Tolerance (X1 = 0,310 dan X2 = 0,310) lebih dari 0,10 dan VIF (X1 = 3,229 dan X2 = 3,229) kurang dari 10 sehingga bisa dikatakan bahwa model regresi tidak terdapat problem multikolinieritas antara variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda. Untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk, Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan Coefficients table hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 26,886 + 0,596X_1 + 0,025X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 26,886 menunjukkan bahwa jika Variabel Kualitas Produk

dan Variabel Harga pada Toko Elektronik MICKIM TECH Kota Gorontalo sama dengan nol maka Kepuasan Konsumen pada Toko Elektronik MICKIM TECH Kota Gorontalo bernilai 26,886. Data asumsi hal-hal lain bersifat konstan.

2. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,596 menunjukkan bahwa apabila kualitas produk mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen pada Toko Elektronik MICKIM TECH Kota Gorontalo akan meningkat sebesar 0,596. Satuan dengan asumsi hal-hal lain bersifat konstan.
3. Koefisien regresi harga sebesar 0,025 menunjukkan bahwa apabila harga mengalami peningkatan satu satuan, maka kepuasan konsumen pada Toko Elektronik MICKIM TECH Kota Gorontalo akan meningkat sebesar 0,025 Satuan dengan asumsi hal-hal lain konstan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa apabila tingkat kualitas produk dan harga ditingkatkan maka kepuasan konsumen Toko Elektronik MICKIM TECH Kota Gorontalo akan semakin baik. Uji t dilakukan untuk mengetahui masing-masing (parsial) variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,025; 45) = 2,01808$. untuk variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,762$ sedangkan $t_{tabel} 2,01808$ (df = 45- 3 = 42). Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,085 lebih besar dari pada nilai signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,762 < 2,01808) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf nilai signifikan 0,05 (0,085 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun besaran pengaruhnya tidaklah signifikan. untuk variabel Harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh t_{hitung} untuk variabel Harga yaitu 0,096, sedangkan t_{tabel} adalah 2,01808. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,924 lebih besar daripada nilai signifikan 0,05. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,096 < 2,01808) dan nilai signifikansi lebih besar (0,924 > 0,05), maka hipotesis diterima, harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun besaran pengaruhnya tidaklah signifikan. Uji f

dilakukan untuk mengetahui variabel independen yaitu kualitas produk dan harga (simultan) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Dengan $\alpha = 5\%$ ($0,05$) dan $F_{\text{tabel}} = F(k; n-k) = 3,22$.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) dari tabel ANOVA di atas diketahui F_{hitung} sebesar 5,483 dengan nilai signifikansi 0,008 sedangkan F_{tabel} pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebesar 3,22. Hal ini berarti bahwa $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ ($5,483 \geq 3,22$) dengan nilai signifikansi $0,008 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang positif dan signifikan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y, yang berarti variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh simultan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2), maka diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,207 atau 20,7%. Artinya variabel X_1 (kualitas produk) dan variabel X_2 (harga) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Untuk besaran pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) sebesar 20,7%. Sedangkan sisanya yaitu 79,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 1,762$ sedangkan $t_{\text{tabel}} = 2,01808$ ($df = 45 - 3 = 42$). Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,085 lebih besar daripada nilai signifikansi 0,05. Karena $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($1,762 < 2,01808$) dan nilai signifikan lebih besar dari taraf nilai signifikan 0,05 ($0,085 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruhnya tidaklah signifikan.

2. Pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda variabel harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh t_{hitung} untuk variabel harga sebesar 0,096, sedangkan t_{tabel} adalah 2,01808. Selain itu,

nilai signifikansinya adalah sebesar 0,924 lebih besar daripada nilai signifikan 0,05. Karena $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0,096 < 2,01808$) dan nilai signifikansi lebih besar ($0,924 > 0,05$), maka hipotesis diterima, harga (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruhnya tidaklah signifikan.

3. Pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) dari tabel 4.15 di atas diketahui F_{hitung} sebesar 5,483 dengan nilai signifikansi 0,008 sedangkan F_{tabel} pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebesar 3,22. Hal ini berarti bahwa $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ ($5,483 \geq 3,22$) dengan nilai signifikansi $0,008 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang positif dan signifikan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y, yang berarti variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh simultan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Pralda Sari (2022) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Online Shopping di Kota Kaimana Papua Barat". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Butik Online Shopping Papua Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga menjadi dua hal penting dalam terbentuknya kepuasan konsumen. Kontribusi penelitian ini bagi masyarakat pengguna adalah mengetahui sejauh mana perkembangan kualitas produk dan penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik butik. Semakin baik kualitas yang dimiliki oleh produk, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Kualitas yang dimiliki juga harus sebanding dengan harga yang ditawarkan.

Penelitian lain yang mendukung penelitian saya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nelli Rizayanti (2021) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Socolatte Di Pidie Jaya". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung sebesar $2,344 > 1,9858$. Karena nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 di terima dan menolak H_a di tolak yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya, dengan t hitung sebesar $4,449 > 1,9858$. Karena nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 di terima dan menolak H_a di tolak. yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya dengan nilai F tabel sebesar $17,494 > 3,943$ yang artinya kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, hasil analisis data penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t hitung = 1,762 sedangkan t tabel 2,01808 ($df = 45 - 3 = 42$). Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,085 lebih besar daripada nilai signifikansi 0,05. Karena t hitung $< t$ tabel ($1,762 < 2,01808$) dan nilai signifikan lebih besar dari taraf nilai signifikan 0,05 ($0,085 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan toko MICKIM TECH di kota Gorontalo dan menjelaskan juga bahwa kualitas produk yang ada di toko tersebut juga masih bisa dikatakan baik sehingga

para pelanggan di toko tersebut bisa merasa puas saat menggunakan produk yang mereka beli. oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen tersebut.

2. Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh t hitung untuk variabel harga sebesar 0,096, sedangkan t tabel adalah 2,01808. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,924 lebih besar daripada nilai signifikan 0,05. Karena t hitung $< t$ tabel ($0,096 < 2,01808$) dan nilai signifikansi lebih besar ($0,924 > 0,05$), maka hipotesis diterima, harga (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruhnya tidak signifikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat di atas maka adapun saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Toko Elektronik MICKIM TECH diharapkan dapat membuat terobosan baru mengenai hasil produk yang berkualitas sehingganya dapat menarik minat konsumen guna untuk mendapatkan nilai untung yang lebih tinggi serta mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi
2. Toko Elektronik MICKIM TECH diharapkan dapat menaruh harga yang bisa dijangkau oleh para konsumen sehingga dapat menarik minat pelanggan yang membeli, karena dengan harga yang terjangkau tentu para pelanggan akan betah dan tetap membeli barang hasil produksi Toko.

DAFTAR RUJUKAN

Jurnal

- Arif, B.A.N 2014 (Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian efek Gitar merek Bahringer di Tiga Negeri Jln Soka Bandung. Unuversitas Telkom)
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Dipenogo
- Indasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan Pelanggan. Surabaya: Utomo Press

- Kotler P.8 Koller, K 2016. Merketing Management (15hed) London: Peorson Education Limitid
- Kotler (2001:56) Kepuasan konsumen. (Lupioadi, 2013).
- Kotler (dalam harun, 2013) Kepuasan Konsumen.
- Menurut (Purnaman dan Rialdi, 2019) Kualitas Produk (Product Quality).
- Kotler, Philip dan Gery M. Amstrong 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Martono, Nanang. 2016. Metode penelitin Kuantitatif: Analisis isi dan Analisis data sekunder. Jekarta Kajawali Pers.
- Muhaimin, A. (2018). Implementasi Social Learning Theory Albert Bandura Dalam Pembelajaran Fikih di MTs. DDI Paria Kabupaten Wajo. Skripsi Publikasi, 138.
- Peter, J.P., dan Olson, J.C,2000, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Jakarta: Erlangga
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson 2000. Consumer Behavior: Perilaku konsumen dan strategi pemasaran Jilid 1. Edisi keempat. Jakarta Erilangga.
- Rifai dan Arlin (Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen leptop Asus)
- Ridwan F.M 2013 (Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian T-shirt pada konsumen Artchitect Universitas Telkom
- Setyo, E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 10.
- Sitiyaningrum, Ari. 2015. Prinsip-prinsip pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono.2017. Metode Penelitian Manajemen. Cetakan ke-4. Bandung: Penerbit Alfabeta, cv.
- Sukmawati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi Publikasi, 241.

Buku Reference

- Assuri, S. 2014. Manajemen pemasaran. Jakarta; Rajawali Pers.
- Buchari, Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Manajaemen Pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Danang, Sunyanto. 2015 Perilaku Konsumen dan pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Ghozali, Iman. 2012. Aplikasi Analisis Multiviarete dengan Program SPSS. Yogyakarta: