

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD ADLI DI DESA SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN

Gusti Pratiwi<sup>1</sup>, Tukimin Lubis<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

<sup>2</sup> Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

[tukimin.lubis@gmail.com](mailto:tukimin.lubis@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima: 24 Sept 2021 Direvisi: 30 September 2021 Disetujui: 21 Oktober 2021</p> <p>Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi penelitian ini adalah pelanggan UD Adli selama satu minggu yaitu sebanyak 945 pelanggan. Sampel penelitian didapatkan menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 90 pelanggan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Uji kesesuaian dengan menggunakan uji t dan uji F dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (<math>X_1</math>) dan Harga (<math>X_2</math>) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (<math>Y</math>). Berdasarkan hasil uji F menunjukkan nilai f hitung adalah 52.633 dengan tingkat sig 0,000 oleh karena itu nilai sig 0,000 &lt; 0,05 dan nilai F hitung 52.633 &gt; F tabel 2.71 hal ini menunjukkan bahwa <math>H_0</math> ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen <math>X_1</math> dan <math>X_2</math> secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen <math>Y</math>. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R square sebesar 0.548. Hal ini berarti bahwa pengaruh variable <math>X_1</math> dan <math>X_2</math> terhadap variable <math>Y</math> adalah sebesar 54.8%, sedangkan sisanya sebesar 0.452 atau 45.2% dipengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p>

### PENDAHULUAN

Berdasarkan Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan pelanggan untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Pengertian harga juga sangat beragam banyak pandangan yang menjelaskan mengenai pengertian harga dalam sebuah pasar (<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7800/4>)

UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan sebagai perusahaan yang bergerak dibidang olahan pembuatan Tahu menawarkan harga yang bervariasi. Untuk Harga Satu Petak (Satu Papan) berisi 100 buah Tahu. Harga di buat yaitu untuk

Tahu Warna Putih Satu Petaknya di Hargai Rp.45.000, (Empat Puluh Lima Ribu Rupiah) sedangkan untuk Satu Petak Tahu Balok diberi Harga Rp.60.000 (Enam Puluh Ribu Rupiah)

Pelanggan dalam hal ini masyarakat memiliki kebutuhan akan komoditas Tahu ini selalu menginginkan adanya ketersediaan stok Tahu tersebut. Namun terkadang adanya nilai harga yang sedikit ada kenaikan maka masyarakat mengalami penurunan daya beli. Fenomena ada kenaikan tiba tiba diakibatkan kurangnya Pasokan Bahan Baku yaitu Kacang Kedelai sehingga pihak produsen dalam hal ini UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan menaikkan Harga jual kepada pelanggan. Namun itu tidak berlangsung lama sehingga Harga jual bisa kembali normal

**Tabel 1.1 Jenis Dan Harga Tahu**

Jenis Tahu	Harga Jual Rp/ Petak
Tahu Putih	45.000
Tahu Balok	65.000

Sumber UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan 2021

**Tabel 1.2. Volume Penjualan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan**

Bulan /Tahun 2020	Jenis Tahu	Nilai Penjualan Janis Tahu Putih	Nilai Penjualan Janis Tahu Balok
Januari	Putih /Balok	Rp. 101250000	Rp. 126000000
Februari	Putih/ Balok	Rp. 101250000	Rp. 81000000
Maret	Putih/ Balok	Rp. 101250000	Rp 81000000
Mai	Putih / Balok	Rp. 101250000	Rp 56000000
Juni	Putih/Balok	Rp. 101250000	Rp. 99000000
Juli	Putih/Balok	Rp. 81000000	Rp. 117000000
Agustus	Putih/Balok	Rp. 87750000	Rp 68250000
September	Putih/Balok	Rp. 101250000	Rp 100800000
Oktober	Putih/Balok	Rp. 74250000	Rp. 9540000
November	Putih/Balok	Rp. 90450000	Rp. 117000000
Desember	Putih/Balok	Rp. 135000000	Rp. 100800000

Sumber UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan 2021

Dari hasil penjabaran Volume Penjualan produk TAHU UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan setelah di konfirmasi kepada pemilik usaha maka terlihat adanya kenaikan penjualan dan penurunan. Dari hasil wawancara dengan Bapak Supriyono (Pemilik Usaha) dari jumlah tetap konsumen tetap yaitu pengusaha eceran Tahu di Sekitar Desa dan Kecamatan. Naik turunnya tingkat penjualan tersebut dikarenakan pembeli atau konsumen mengalami penurunan daya beli sehingga jumlah konsumen mengalami pasang surut.

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan –perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dari beragam definisi kepuasan pelanggan yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku

pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan.

Dari hasil observasi awal penulis mendapatkan beberapa keluhan pelanggan tentang kepuasan tersebut, fenomena adanya daya beli dan nilai jual para pelanggan mengalami tingkat kepuasan tidak begitu signifikan. Mereka tidak selalu membeli produk Tahu di UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan dikarenakan Harga yang sedikit lebih tinggi, namun diakui juga bahwa kualitas Tahu UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan lebih baik dan tahan daripada produsen Tahu sejenis di daerah tersebut.

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan pendekatan angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena-fenomena serta hubungan-hubungannya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi, dokumentasi dan survai melalui kuesioner kepada responden. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik-teknik antara lain:

#### **1. Angket**

Angket (kuesioner), yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengedarkan sejumlah daftar pertanyaan/ Pernyataan yang terstruktur kepada responden untuk diisi. Teknik angket atau kuesioner mempunyai kelebihan karena dapat diukur tingkat konsistensinya serta kesahihan butirnya. Sifat angket yang digunakan adalah angket tertutup dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan yang telah tersedia pilihan jawabannya. Penggunaan teknik angket tertutup ini dengan pertimbangan untuk memudahkan responden memberikan pilihan jawaban mengingat responden umumnya orang yang rata-rata sibuk

#### **2. Interview (Wawancara)**

Interview (wawancara), yaitu metode yang dipakai oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi mengenai variabel yang diteliti dengan cara tanya jawab secara langsung dengan responden. Dalam wawancara ini peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur sesuai

dengan kuesioner yang telah disediakan. Penggunaan teknik ini dengan pertimbangan agar jawaban yang diberikan oleh responden tidak bias dari yang seharusnya untuk diukur.

## Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:455) “Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data *valid* dengan alat ukur yang digunakan dalam meneliti, yaitu kuisisioner.

Ketentuan suatu instrument *valid* atau sah apabila memiliki koefisien korelasi *Pearson Product Moment* (rhitung) > rtabel dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha=0,05$ ). Adapun rumus *Pearson Product Moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

- n : Jumlah subjek
- $\sum X$  : Skor Variabel (jawaban responden)
- $\sum Y$  : Skor total dari variabel untuk responden ke-n
- $(\sum X)^2$  : Jumlah kuadrat skor  $\sum X$
- $(\sum Y)^2$  : Jumlah kuadrat skor  $\sum Y$
- $\sum XY$  : Jumlah skor hasil kali X dan Y
- $\sum X^2$  : Jumlah skor hasil kuadrat dalam distribusi X
- $\sum Y^2$  : Jumlah skor hasil kuadrat dalam distribusi Y

Berdasarkan pengujian validitas dilakukan pada 30 orang responden di luar penelitian ini yaitu pelanggan UD. Adli.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Susan Stainbeck dalam Sugiyono (2018:456) “reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data dan temuan-temuan”. Reliabilitas instrument digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Setelah dilakukan uji validitas, maka selanjutnya adalah mengukur reabilitas dari butir pernyataan/pertanyaan. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan maka dilakukan analisis reabilitas berdasarkan koefisien *Croanbach Alpha*. Koefisien *croanbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator dapat diterima apabila koefisien alpha di atas 0,70. Menurut Ghozali (2013:47), suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,70. Adapun rumus *croanbach Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dimana :

- $r_{11}$  : Koefisien reliabilitas instrument  
 $k$  : Jumlah butir Pertanyaan  
 $\sum S_i^2$  : Jumlah varian butir  
 $\sum S_t^2$  : Jumlah varian total

Berdasarkan pengujian Reliabilitas dilakukan pada 30 orang responden di luar penelitian ini yaitu pelanggan UD. Adli.

### **Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono, (2018:79) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Sesuai dengan masalah dan rangkaian hipotesa, metode analisis yang di gunakan untuk membuktikan kebenaran yang di maksud adalah:

1. Metode deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran jelas melalui pengumpulan, penyusutan dan menganalisis data sehingga dapat di ketahui gambaran umum perusahaan yang sedang diteliti.
2. Metode analisis kuantitatif adalah metode yang di gunakan untuk mengajukan data dalam bentuk angka.

Data untuk keperluan analisis dan penguaiian hipotesis diolah secara sistematis dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 20.0 data yang telah di peroleh kemudian di uji dengan :

### **Analisis Deskriptif**

Menurut ghozali (2011:19) statistic deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang di lihat dari nilai rata-rata (mean), standart deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Analisis ini merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.

### **Uji Asumsi Klasik**

Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik pada suatu model regresi diperlukan suatu uji yang disebut uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam sebuah model regresi berganda antara lain adalah sebagai berikut :

#### **1. Uji Normalitas**

Menurut Umar (2011:181) menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi secara normal, mendekati normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model persamaan penelitian, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov dan PP plot standardized residual. Jika nilai Kolmogrov Smirnov  $> 0.05$  dan PP plot standardized residual mendekati garis diagonal, maka data terdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2011:179) uji heteroskedastisitas dilakukan guna mengetahui jika didalam model sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot*. Uji *scatteplot* yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y dalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di *studentized*.

## 3. Uji Multikolinearitas

Menurut Umar (2011:177) uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui jika pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terdapat korelasi maka terdapat masalah multi kolinearitas yang harus diatasi.

Multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. Secara konsep, multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat dua variabel yang saling berkorelasi. Adanya hubungan diantara variabel bebas adalah hal yang tak bisa dihindari dan memang diperlukan agar regresi yang diperoleh bersifat valid. Namun, hubungan yang bersifat linier harus dihindari karena akan menimbulkan gagal estimasi (multikolinearitas sempurna) atau sulit dalam inferensi (multikolinearitas tidak sempurna).

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variable-variabel independen. Jika didalam pengujian ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variable independent tersebut saling terikat, maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang disebabkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variable tersebut tidak dapat ditentukan dan juga nilai standard errornya menjadi tak terhingga.

## Analisis Regresi Berganda

Menurut Imam Gozali (2013:96) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen.

Untuk menguji hipotesis digunakan pengujian statistik Uji Regresi Linear Berganda untuk Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. Untuk pengukurannya dengan menggunakan persamaan rumus regresi linear berganda.

Adapun Persamaan tersebut menurut Sugiyono (2018:80) adalah sebagai berikut:

Persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan)  
X1 = Variable Independen (Kualitas Produk)  
X2 = Variabel Independent (Harga)  
a = Konstanta  
e = Variabel Pengganggu

## Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2018:206) “Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen”. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Adapun rumus yang digunakan seperti ditemukan oleh (Sugiyono, 2018: 206) adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Dengan kriteria uji

#### 1. Penentuan hipotesis

Ho ditolak jika t hitung > t table pada  $\alpha = 0,05$

Ho diterima jika t hitung < t table pada  $\alpha = 0,05$

Sebaliknya :

H1 diterima jika signifikan <  $\alpha = 0,05$

H1 ditolak jika signifikan >  $\alpha = 0,05$

#### 2. Penentuan tingkat signifikan

Tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain tingkat signifikannya (*alpha*) sebesar 5%.

#### 3. Penentuan kriteria uji

Penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai t hitung yang di peroleh dengan t table. Jika nilai t hitung lebih besar dari t table maka Ho ditolak dan H1 diterima.

### 2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2018:208) “Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independen secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen”. Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independensecara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Uji F statistik digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y).

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

$R^2$  : Koefisien Determinasi

$N$  : jumlah data atau kasus

$K$  : jumlah variable independen

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$H_1$  diterima  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_1$  ditolak jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha = 5\%$

### 3. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiyono (2018:201) “Analisis determinasi adalah uji dimana untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial”. Analisis determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. Adapun Rumus determinasi menurut Sugiyono (2018:201) adalah:

$$D = r^2 \times 100\%.$$

Di mana:

$D$  = Determinasi

$R$  = Nilai koefisien korelasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini menguraikan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. Dalam penelitian ini diambil sebanyak 90 orang pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel  $X_1$ , 10 pernyataan untuk variabel  $X_2$  dan 10 pernyataan untuk variabel  $Y$  di mana yang menjadi variabel  $X_1$  adalah Kualitas Produk, variabel  $X_2$  adalah Harga, variabel  $Y$  adalah Kepuasan Pelanggan. Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 90 orang pelanggan sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

**Tabel 4.1**  
**Skala Likert**

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Bisnis



Ketentuan tabel 4.1 di atas berlaku dalam menghitung variabel bebas maupun variabel terikat.

### Karakteristik Responden

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

**Tabel 4.2**  
**Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

NO	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	S2	-	-
2	S1	30	33.3
3	D3	21	23.4
4	SMA	39	43.3
5	SMP	-	-
	Jumlah	90	100

Distribusi Frekuensi Identitas Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan. Responden tamatan S2 berjumlah 0 orang atau 0%, S1 berjumlah 30 orang atau 33.3%, D3 berjumlah 21 orang atau 23.4%, SMA berjumlah 39 orang atau 43.3%, SMP berjumlah 0 orang atau 0% dari jumlah sampel yakni 90 responden. Dari hasil penelitian yang di lakukan peneliti, hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan jenjang pendidikan yang dominan adalah SMA yaitu berjumlah 39 orang atau 43.3%.

#### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3**  
**Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	34	37.8
Perempuan	56	62.2
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

Distribusi Frekuensi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 34 orang atau 37.8% dari jumlah sampel yakni 90 responden. Dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 56 orang atau 62.2% dari jumlah sampel yakni 90 responden. Dari hasil penelitian yang di lakukan peneliti, hal ini menunjukkan bahwa peneliti lebih sering menjumpai pelanggan berjenis kelamin perempuan pada saat melakukan penelitian.

### Analisis Jawaban Responden

#### 1. Variabel Bebas, Kualitas Produk ( $X_1$ )

**Tabel 4.5**  
**Tahu Yang Dijual UD. Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan Memiliki Tampilan Yang Bagus**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	Kurang Setuju	1	1.1	1.1
	Setuju	49	54.4	55.6
	Sangat Setuju	40	44.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0

Sumber : hasil data diolah, 2021

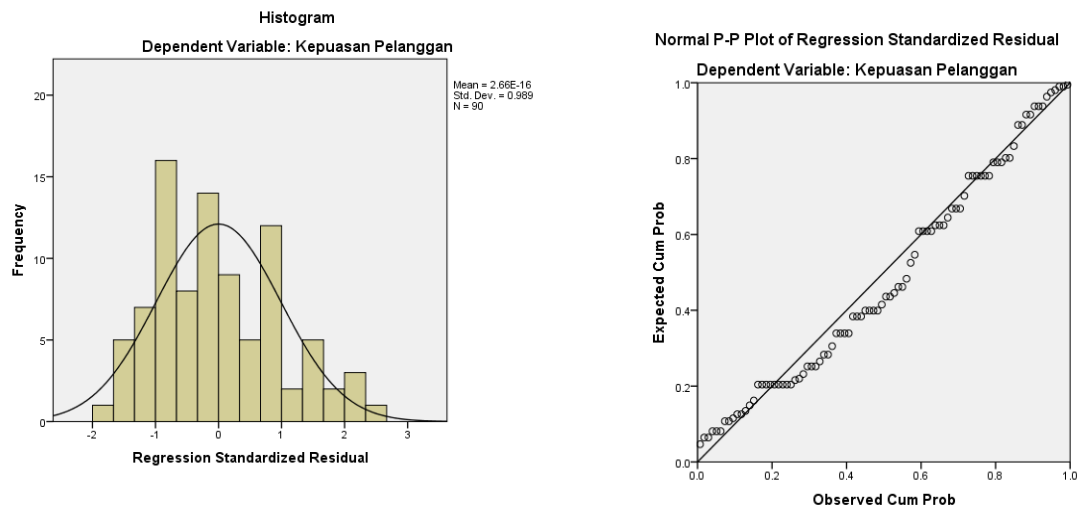
Dari pernyataan “Tahu yang dijual UD. Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan memiliki tampilan yang bagus” responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 40 orang atau 44.4%, responden yang menyatakan setuju 49 orang atau 54.4%, responden yang menyatakan kurang setuju 1 orang atau 1.1%, yang menyatakan tidak setuju 0 orang atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang atau 0%. Jawaban responden yang terbesar adalah setuju 49 orang atau 54.4%.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Asumsi Normalitas

#### a. Pengujian Grafik P-Plot

Uji Normalitas Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi yang tampak pada gambar 4.1 berikut.



**Gambar 4.1 Uji Normalitas**

Pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa Grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada histogram juga terlihat bahwa distribusi membentuk lonceng, hal ini secara subyektif dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji Parsial dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.43**  
**Uji Parsial (Uji T)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.471	3.649		2.322	.023		
1 Kualitas Produk	.374	.118	.334	3.165	.002	.468	2.136
Harga	.482	.110	.461	4.369	.000	.468	2.136

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Output dari tabel di atas dapat dilihat nilai t-hitung yang diperoleh setiap variabel. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.662.

Hasil pengujian pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y)  
 Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 3.165 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.662. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau  $3.165 > 1.662$  kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0.002 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga variabel  $X_1$  memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa  $X_1$  mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Harga ( $X_2$ ) yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y)  
 Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 4.369 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.662. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau  $4.369 > 1.662$  kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga variabel  $X_2$  memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa  $X_2$  mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 2. Uji Simultan (Uji f)

Hasil Uji Simultan dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.44**  
**Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.505	2	43.253	52.633	.000 <sup>b</sup>
	Residual	71.495	87	.822		
	Total	158.000	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat f hitung adalah 52.633 dengan tingkat sig 0,000 oleh karena itu nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 52.633 > F tabel 2.71 hal ini menunjukkan bahwan Ho ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y.

#### 4.1.12 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.45**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.740 <sup>a</sup>	.548	.537	.907	2.107

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui nilai R square sebesar 0.548. Hal ini berarti bahwa pengaruh variable  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variable Y adalah sebesar 54.8%, sedangkan sisanya sebesar 0.452 atau 45.2% dipengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 3.165 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.662. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau 3.165 > 1.662 kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau 0.002 < 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga variabel  $X_1$  memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa  $X_1$  mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel Kualits Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Tingkat kepuasan konsumen akan

tercipta dengan adanya kualitas produk yang baik pada tahu, sehingga konsumen dapat memunculkan perasaan puas terhadap tahu. Pernyataan tersebut mendukung teori Kotler dan Keller (2016: 144) yang menyatakan kepuasan tergantung oleh kualitas produk, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen (Gaspersz, 2015). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hermawan (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

## **2. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 4.369 jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar 1.662. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau  $4.369 > 1.662$  kemudian terlihat pula bahwa nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga variabel  $X_2$  memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa  $X_2$  mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Harga suatu hal yang penting bagi pelanggan. Bagi sebagian pelanggan, dengan harga mereka memutuskan apa yang akan mereka beli, sedangkan yang lain lebih tertarik pada fitur produk, manfaat, dan citra yang melekat pada produk. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Dengan demikian, dalam menetapkan harga, pemilik usaha harus menyesuaikan harga dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, pemilik usaha juga perlu membandingkan harga yang ditetapkan dengan harga produk atau jasa serupa yang diproduksi atau ditawarkan oleh pesaing. Hal ini dimaksudkan agar harga yang ditentukan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

## **SIMPULAN**

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diketahui bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan nilai f hitung adalah 52.633 dengan tingkat sig 0,000 oleh karena itu nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $52.633 > F$  tabel 2.71 hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y.
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R square sebesar 0.548. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y adalah sebesar 54.8%, sedangkan sisanya sebesar 0.452 atau 45.2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## Saran

1. Bagi pihak UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan, diharapkan tetap menjaga kualitas produknya dan tetap menprioritaskan kepuasan pelanggan. Pihak UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan hendaknya menjaga stabilitas harganya, sehingga konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan sebagai alternatif untuk membeli produk.
2. Bagi konsumen, dengan kualitas produk dan harga yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan untuk terus membeli tahu pada UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan, dan konsumen bersedia untuk merekomendasikan kepada kerabat terdekat.
3. Bagi pemerintah, diharapkan untuk terus membantu pihak UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan dalam memasarkan produknya, sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian daerah khususnya daerah Kecamatan Perbaungan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian: suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Ketiga belas. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Basu Swastha dan Irawan. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta,
- Buchari Alma. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2017. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta,
- Fathoni, Abdurrahman. 2016. *Metodologi dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasan, Iqbal. 2017. *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Husaini Usman dan Purnomo. 2016. *Metodologi Penelitian Sosial*. Penerbit PT. Bumi Aksara: Jakarta
- Ismail Nawawi. 2016. *Islam dan Bisnis*, (Surabaya: VIV Press), 751
- Kasmir. 2016. *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana)
- Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed.* (Jakarta: PT. Prenhalindo)
- Muhammad Birusman Nuryadin. 2016. *Harga dalam Perpektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam,
- Nasution. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta,
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Trianto. 2016. *Riset Modeling: Teori, Konsep dan Prosedur Melakukan Penelitian*,
- Umar, Husein. 2016. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran*. Edisi II, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

## Web :

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7800/4> diunduh Tanggal 6 Juni 2021