

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS MERAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi KAAsus di CV. PURE Cianjur)

Oleh:

Ahmad Nur Rizal*)

Asep Saepul Alam*)

Fira Wahyuni**)

Abstrak

Beras merah merupakan beras khusus untuk kesehatan karena memiliki sejuta manfaat yang baik bagi kesehatan tubuh manusia, namun konsumen beras merah relative sedikit dibandingkan dengan beras lainnya sehingga harga beras merah lebih tinggi atau mahal. Harga dan kualitas harus senantiasa diperhatikan dalam suatu usaha, sehingga konsumen bersedia membeli dan usaha yang di lakukan mendapat keuntungan serta bisa mendapatkan pelanggan yang tetap. Penelitian ini di lakukan di CV. Pure Cianjur dari bulan November 2019 sampai Agustus 2020 dengan tujuan 1). Mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 2). Mengetahui apakah kualitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3). Mengkaji apakah harga dan kualitas beras merah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada 70 responden yang mengkonsumsi beras merah dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai regresi variabel harga ditunjukkan dengan nilai t hitung $>$ t table yaitu $2.698 > 1.996$ dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan besarnya nilai regresi variabel kualitas ditunjukkan dengan dengan nilai t hitung $>$ dari t tabel $3.357 > 1.996$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Secara simultan variabel harga dan kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Kata kunci : Beras merah, Harga dan kualitas, Kepuasan konsumen.

Abstract

Brown rice is special rice for health because it has a million good benefits for the health of the human body, but brown rice consumers are relatively few compared to other rice so that the price of brown rice is higher or expensive. Price and quality must always be considered in a business, so that consumers are willing to buy and the business is being done to benefit and can get regular customers. This research was conducted at CV. Pure Cianjur from November 2019 to August 2020 with the aim of 1). Knowing whether the price partially affects customer satisfaction, 2). Knowing whether quality partially affects customer satisfaction, 3). Assess whether the price and quality of brown rice simultaneously affect customer satisfaction. This research was conducted on 70 respondents who consumed brown rice using multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that the regression value of the price variable is indicated by the value of t count $>$ t table, namely $2,698 > 1,996$ with a significance value of $0.009 < 0.05$, which means that H_1 is accepted and H_0 is rejected. Meanwhile, the regression value of the quality variable is indicated by the value of t count $>$ t table of $3.357 > 1.996$ with a significance value of $0.001 < 0.05$, which means that H_1 is accepted and H_0 is rejected. Simultaneously the price and quality variables have a significant effect on customer satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$, which means that H_1 is accepted and H_0 is rejected.

Keywords: Brown rice, Price and quality, Customer satisfaction.

*) Dosen Fakultas Sains Terapan UNSUR.

**) Alumni Fakultas Sains Terapan UNSUR.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan penting dalam mengembangkan perekonomian Indonesia, karena Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki hasil pertanian yang sangat melimpah dan Indonesia merupakan salah satu negara yang dimana sebagian besar pendapatannya di dapatkan dari hasil pertanian. Masyarakat Indonesia adalah pengkonsumsi beras terbesar di dunia, hal ini dibuktikan dengan adanya tingkat konsumsi sebesar 139,5 kg/orang (BPS, 2012).

Beras merupakan salah satu produk pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, dan kini beras menjadi produk pangan yang sangat penting untuk dikonsumsi oleh masyarakat karena kebanyakan orang Indonesia mengkonsumsi beras sebagai bahan pokok utama makanan tetapi ada juga sebagian orang yang mengkonsumsi beras merah melainkan untuk memenuhi kebutuhan tubuh atau digunakan untuk kesehatan.

Beras merah merupakan beras yang memiliki pigmen warna merah yang dipercaya baik untuk kesehatan tubuh. Beras merah ini mempunyai kandungan gizi yang jauh lebih baik dibanding beras putih. Beras merah sering digunakan sebagai menu diet sehat untuk menurunkan berat badan serta bagi penderita diabetes. Beras merah biasa di makan seperti nasi putih yang umumnya dikonsumsi orang Indonesia.

Salah satu Kabupaten yang memiliki hasil pertanian yaitu Kabupaten Cianjur yang dikenal sebagai penghasil beras unggulan. Kabupaten Cianjur merupakan daerah yang mempunyai hasil produksi beras yang telah memberikan kontribusi dan pelayanan dalam penyediaan pangan dengan memiliki komoditas unggul lokal yaitu beras merah Cianjur. Beras merah Cianjur merupakan beras khas Cianjur yang memiliki citarasa yang khas enak pulen dan memiliki wangi aroma yang menyengat, rasa khas

tersebutlah yang dihasilkan dari beras merah Cianjur.

CV. Pure Cianjur adalah sebuah badan usaha yang memasarkan beberapa beras varietas unggul salah satunya adalah beras merah. Berdasarkan hasil observasi, CV. Pure Cianjur telah memasarkan produknya ke beberapa daerah diluar Kota Cianjur, seperti : Bandung, Bogor, Jakarta dan Karawang. Dengan begitu, beras yang dipasarkan oleh CV. Pure Cianjur khususnya beras merah semakin dikenal oleh masyarakat luas. CV. Pure Cianjur membangun komunikasi melalui media komunikasi pemasaran dimana perusahaan berharap dengan strategi yang digunakannya tersebut dapat menciptakan hubungan komunikasi yang efektif dalam rangka mempromosikan produk kepada konsumen.

Secara umum, kondisi padi beras merah di Indonesia telah dijelaskan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2005) bahwa di Indonesia padi yang berasnya berwarna merah kurang mendapatkan perhatian dibandingkan dengan padi beras putih padahal beras merah mengandung gizi tinggi, bahkan banyak produk makanan bayi yang beredar di pasar beberapa diantaranya menggunakan beras merah sebagai bahan baku utamanya. Bahkan ada produk makanan sehat yang bahan bakunya 100% dari tepung beras merah. Di Indonesia belum tersedia varietas unggul padi beras merah kecuali varietas Bajbutong yang dilepas tahun 1985 dan itu pun tidak meluas pengembangannya. Oleh karena itu, beras merah yang diperdagangkan di berbagai daerah diduga berasal dari impor atau dari padi gogo lokal yang umumnya berdaya hasil rendah dan berumur dalam.

Beras merah selain kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah beras merah juga produksinya sedikit dan terbatas harganya pun lebih mahal dan sulit untuk didapatkan. Selain itu juga, beras merah lebih cepat rusak karena tidak memiliki ketahanan simpan yang tinggi dibandingkan dengan beras lainnya, dengan demikian produsen harus senantiasa memperhatikan produk beras

yang berkualitas untuk mendapatkan kepuasan setelah mengkonsumsi produk beras merah tersebut.

Kepuasan konsumen adalah perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk (Bachtiar,2011). Konsumen memberikan respon tertentu sebagai hasil evaluasinya terhadap kesenjangan antara harapannya dengan kinerja produk (Tse & Wilton dalam Gisel dan Cote, 2000). Meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan nilai konsumen merupakan fokus utama bagi setiap perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk :
 1) Mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
 2) Mengetahui pengaruh kualitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
 3) Mengkaji apakah harga dan kualitas beras merah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Pure Cianjur. Hal ini dilakukan karena CV.Pure Cianjur merupakan salah satu perusahaan yang ada di Kabupaten Cianjur yang sudah memasarkan produk beras merah ke berbagai daerah misalnya Bandung, Jakarta, Bogor dan Karawang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah mengkonsumsi beras merah dengan jumlah responden 70 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability dan sampling kuota. Variabel penelitian meliputi dua variabel bebas (exogen) dan satu variabel tergantung (endogen). Variabel exsogen terdiri dari Harga (X1), Kualitas (X2), sedangkan variabel endogennya Kepuasan Konsumen (Y). rincian dari variabel-variabel tersebut terdapat pada table 1. Mengenai operasionalisasi variabel penelitian.

Tabel 1. Operasional Variabel.

Atribut Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Harga Beras Merah (X1)	Harga seringkali digunakan sebagai indicator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. harga bersifat fleksibel sehingga nantinya konsumen akan mendapatkan potongan harga diwaktu tertentu Tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula (Tjiptono, 2008; Fure, 2013 dalam Anwar, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga sesuai dengan input dan output 2. Harga yang ditetapkan terjangkau oleh konsumen 3. Harga bersifat fleksibel 4. Terdapat potongan harga (<i>discount</i>) 	Likert
Kualitas Beras Merah (X2)	Kualitas beras yang diperdagangkan secara objektif lebih ditentukan oleh sifat fisik dan tampilan butir beras. Beras yang bermutu baik memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang bermutu biasa (Santika dan Rozakurniati, 2010; International Rice Reseach Intitute IRRI, 2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aroma beras merah yang khas 2. Warna beras merah harus berwarna merah terang 3. Kandungan Gizi yang dimiliki beras merah cukup besar 4. Bentuk beras merah yang utuh 5. Tekstur beras Merah 	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk dan Konsumen akan merasa puas apabila beras merah yang ditawarkan sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen, serta ketersediaan beras harus optimal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Kesedian Beras 3. Keputusan terhadap harga yang diberikan 4. Keputusan terhadap kualitas produk yang tersedia 	Likert

Untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan dari variabel bebas terhadap variabel tergantungnya, dilakukan analisis regresi berganda. Sebelumnya, data yang diolah merupakan data lapang yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya sehingga layak untuk diolah lanjut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tempat Penelitian Sejarah dan Profil CV Pure Cianjur

CV. Pure Cianjur diketuai oleh Ibu Siti Chodijah Ma'sum SP dengan Sekretaris Empat Kurniawati, A.MD dan Bendahara yaitu Sarah Siti Sumaerah. CV. Pure Cianjur telah terdaftar sebagai perusahaan dengan nomor 10.06.3.51.02868 yang diperoleh dari badan pelayanan perizinan terpatu dan penanaman modal Kabupaten Cianjur. CV. Pure Cianjur berlokasi di Perumahan Gading Asri, Jln. Cendana Blok nomor 31, RT/RW 01/17 Desa Bojong Kecamatan Karangtengah Kabupaten Cianjur. Lokasi tersebut terletak di rumah Ibu Siti Chodijah Ma'sum SP. CV. Pure Cianjur buka setiap hari Senin sampai Minggu kecuali libur nasional, mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB. CV. Pure Cianjur yang awalnya bernama Beras Cianjur "BERASKU" Pure Cianjur didirikan oleh ibu Siti Chodijah Ma'sum, SP selaku ketua pada tanggal 04 September 2014 yang sudah dirintis sejak 04 September 2011. Pada tanggal 15 Februari 2016, unit usaha ini telah berbadan hukum menjadi perseroan komanditer (CV) menjadi CV. Pure Cianjur.

Berawal terbentuknya CV. Pure Cianjur ketika ibu Siti Chodijah sebagai penyuluh pertanian yang membina Kelompok Tani Bangkit untuk meningkatkan produktivitas padi pandanwangi yang menjadi salah satu kearifan local Cianjur. Pada saat itu, dinas Pertanian Kabupaten Cianjur tempat Ibu Siti Chodijah bekerja hanya membina untuk meningkatkan produksi padi

pandanwangi saja. Sehingga para Petani Kelompok Tani Bangkit kebingungan dengan pemasaran padi dan beras pandawangi yang telah dihasilkan, pada Tahun 2011 ibu Siti Chodijah mulai membantu pemasaran beras pandanwangi. Beras produk hasil dari Kelompok Tani Bangkit mulai dipasarkan oleh Ibu Siti Chodijah melalui pameran-pameran dan bazar-bazar yang diikutinya. Pemasaran pun didukung oleh pihak Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Kabupaten Cianjur. Beras Pandanwangi tersebut mulai dipasarkan dengan nama "Beras Cianjur" Berasku".

Pada Tahun 2014 di salah satu pameran yang diadakan di Gedung Sate Bandung, produk Beras Cianjur "Berasku" menarik minat dan dilirik serta diberikan penawaran untuk dijual diperusahaan ritel Carrefour untuk wilayah Jawa Barat. Penawaran tersebut merupakan sebuah kesempatan awal bagi perkembangan CV.Pure Cianjur.

Hingga saat ini CV. Pure Cianjur telah mengalami banyak pengembangan usaha. Mulai dari segi produk, kepemilikan asset, tenaga kerja, system jual beli beras dan lain-lain. Salah satu pengembangan yang telah dilakukan oleh CV. Pure Cianjur dengan memiliki berbagai Sertifikat PIRT dengan nomor 2153203011083-19, sertifikat halal, Sertifikat Organic dan Sertifikat Indikasi Geografis (SIG) untuk meningkatkan daya saing beras pandanwangi Cianjur yang mengalami penurunan output karena maraknya pengopolsan dan pemakaian pewangi yang telah beredar di pasaran.

Visi dan Misi CV. Pure Cianjur

Visi

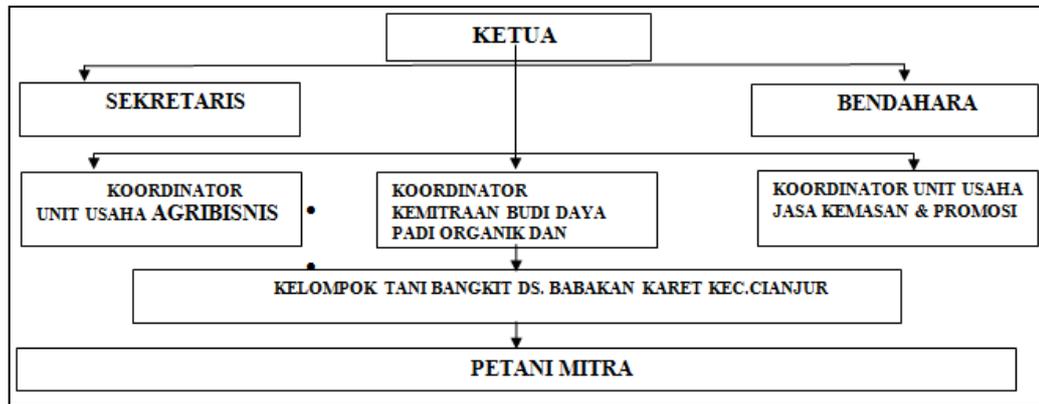
Mengembangkan, memasarkan dan mewujudkan produk unggulan beras khas Cianjur sebagai beras khusus dan premium berkualitas terbaik dan berdaya saing

Misi

1. Mengembangkan dan memasarkan produk unggulan beras khas Cianjur dan produk Cianjur lainnya.

2. Menjalin kemitraan dengan kelompok tani padi organic yang menerapkan system pertanian organic
3. Memberdayakan petani dan keluarga petani melalui peningkatan sikap, pengetahuan dan keterampilan petani, khususnya petani padi
4. Memposisikan petani sebagai penentu harga komoditas yang dihasilkan
5. Menciptakan lapangan pekerjaan di lingkungan usaha CV. Pure Cianjur.

Struktur Organisasi CV. Pure



Gambar. 1 Struktur organisasi Cv. Pure.

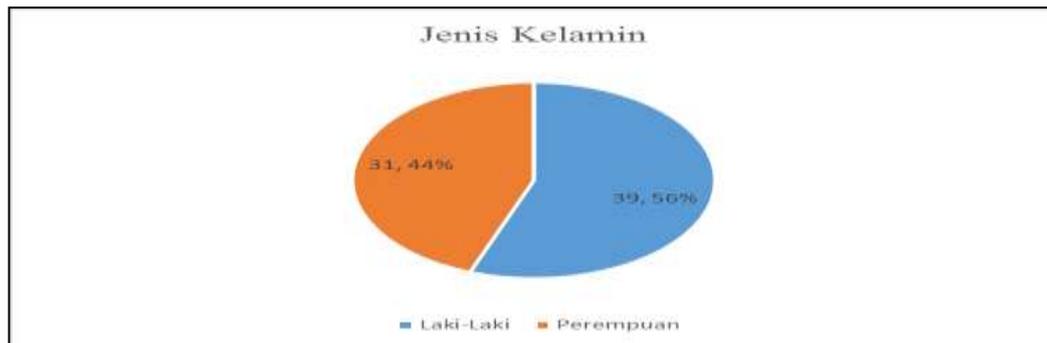
Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 70 orang. Responden merupakan konsumen beras merah yang terus menerus atau yang mengkonsumsi beras merah minimal 3 kali. Hal ini dilakukan agar responden yang digunakan mencerminkan konsumen yang sesungguhnya, sehingga dapat merepresentasikan hasil yang diteliti.

Penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, responden dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan seperti yang tercantum pada gambar 2 :



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.
Sumber : Data Primer, 2020.

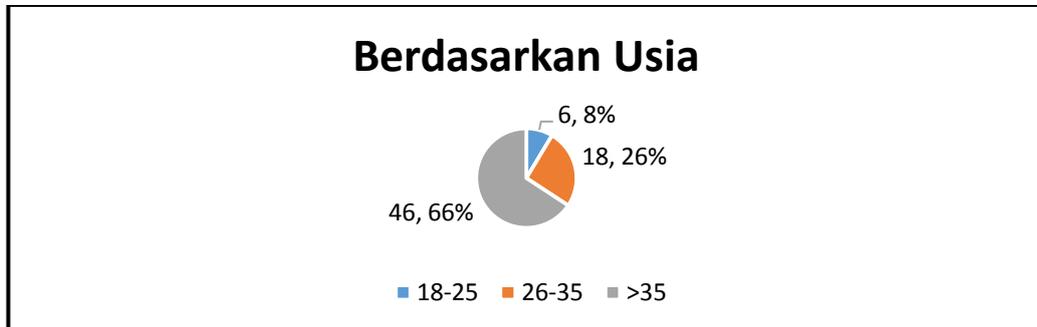
Berdasarkan pada gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli beras merah dari 70 responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 31 orang atau sebesar 44% sedangkan responden

berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang atau 56%. Maka dapat diketahui bahwa konsumen yang paling banyak membeli beras berjenis kelamin laki-laki.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, responden dalam penelitian ini dibedakan menjadi usia 18-

25 tahun, usia 26-35 tahun, dan usia > 35 tahun. Hasil analisis responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 3 :



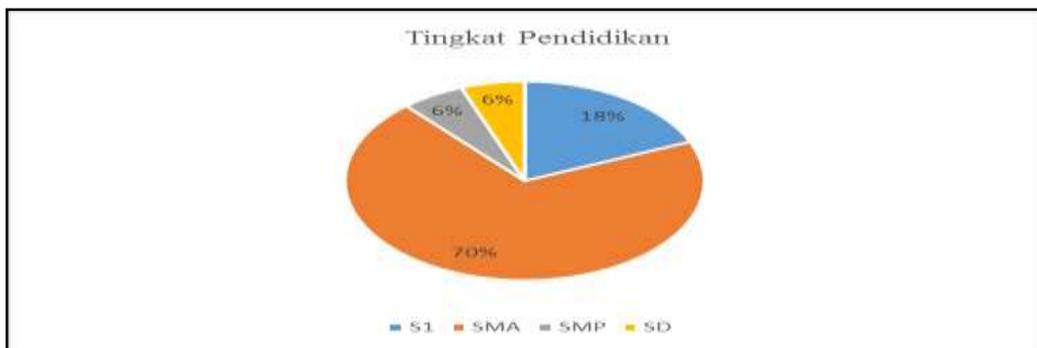
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.
Sumber : Data Primer (2020).

Berdasarkan pada gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli beras dari 70 responden berdasarkan usia 18-25 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 8%, pada usia 26-35 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 26% dan pada usia > 35 tahun sebanyak 46 orang atau sebesar 66%. Peneliti menyimpulkan bahwa beras merah banyak diminati oleh konsumen yang berusia > 35 tahun. Karena mereka usia yang sudah dikatakan tua jadi mereka

mengonsumsi beras merah untuk kebutuhan tubuh untuk kesehatan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, reponden dalam penelitian ini dibedakan menjadi SD sederajat, SMP, SMA dan S1 (Perguruan Tinggi). Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada gambar 4 :



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.
Sumber : Data Primer, 2020.

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli beras merah dari 70 responden berdasarkan tingkat pendidikan SD sederajat sebanyak 4 orang atau 6%, pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 49 orang atau sebesar 70%, sedangkan pada tingkat

pendidikan S1 (Perguruan Tinggi) sebanyak 13 orang atau sebesar 18%.

Dari hasil penelitian pada tingkat pendidikan bahwa konsumen beras merah pada umumnya banyak di konsumsi oleh tingkat pendidikan SMA. Hal tersebut dapat dilihat bahwa mereka mengonsumsi beras merah karena mereka beranggapan bahwa merah

mempunyai manfaat yang banyak dan aroma yang wangi.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Berdasarkan pendapatan perbulan, responden dalam penelitian ini dibedakan

menjadi responden berpendapatan < Rp. 1 juta, Rp. 1-2 juta, Rp. 2-3 juta dan >Rp. 3 juta. Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan dapat dilihat pada gambar 5 :



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan. Sumber : Data Primer, 2020.

Berdasarkan pada gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli beras dari 70 responden berdasarkan pendapatan perbulan < Rp. 1 juta sebanyak 8 orang atau sebesar 11%, responden dengan pendapat perbulan antara Rp. 1-2 juta sebanyak 11 orang atau sebesar 16%, responden dengan pendapat perbulan antara Rp. 2-3 juta sebanyak 35 orang atau sebesar 50%, dan responden yang berpendapat perbulan > Rp. 3 juta sebanyak 16 orang atau sebesar 23%.

Pendapatan akan sangat berpengaruh pada tingkat konsumsi terutama konsumsi beras merah. Dikarenakan harga beras merah cenderung di atas harga beras pada umumnya sehingga pendapatan akan sangat berpengaruh terhadap konsumsinya.

Pengukuran Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang diajukan berupa kuesioner tertutup dengan memberikan pernyataan kepada responden, menggunakan skala pengukuran 1 sampai 5 (skala likert) yang

terdiri dari : 1. Sangat Tidak Puas (STP), 2. Tidak Puas (TS), 3. Cukup Puas (CP), 4. Puas (S) dan 5. Sangat Puas (SS). Agar tidak terjadi penyimpangan dan bias dalam jawaban dari responden maka perlu dilakukan uji instrumen penelitian berupa uji validitas dan reliabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket atau kuesioner dalam mengumpulkan data. Uji validitas digunakan dengan rumus korelasi bivariate person dengan alat bantu program SPSS. Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%, sebaliknya item dikatakan tidak valid jika harga $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Adapun ringkasan hasil uji validitas sebagaimana data dalam tabel tersebut.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data. Data dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan menggunakan rumus $df = n - k$ dengan demikian diperoleh t_{tabel} sebesar $70 - 2 = 68 = 0,235$ (Sarjono dan Julianita, 2011).

Tabel 2. Uji Validitas Harga (X1).

No Item	r tabel 5% (70)	r hitung	Keterangan
1	0,235	0,759	Valid
2	0,235	0,769	Valid
3	0,235	0,760	Valid
4	0,235	0,600	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020.

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Produk (X2).

No Item	r tabel 5% (70)	r hitung	Keterangan
1	0,235	0,681	Valid
2	0,235	0,737	Valid
3	0,235	0,264	Valid
4	0,235	0,728	Valid
5	0,235	0,528	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Tabel 4. Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).

No Item	r tabel 5% (70)	r hitung	Keterangan
1	0,235	0,869	Valid
2	0,235	0,860	Valid
3	0,235	0,716	Valid
4	0,235	0,669	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas terhadap semua indikator X1, X2 serta Y menunjukkan hasil yang valid atau sah, dengan demikian dapat dilakukan analisis lanjut analisis regresi berganda. Untuk $n = 70$, nilai r tabel ($\alpha = 5\%$) adalah 0,235, dari hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS untuk setiap pertanyaan atau indikator pada kuesioner menunjukkan hasil r hitung $>$ r tabel 0,235, sehingga dapat dilakukan bahwa setiap pertanyaan kuesioner sudah valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang

sama. Uji reliabilitas dari setiap konstruk yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha dengan bantuan software SPSS 25.0. Cronbach's Alpha yang cukup dapat diterima adalah yang bernilai 0,60 sampai 0,70 atau lebih (Sekaran, 2003). Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas untuk instrumen yang reliabel adalah sebagai berikut :

- Jika *Cronbach's coefficient alpha* (α) $>$ 0.6 maka *cronbach's alpha acceptable (construct reliable)* atau pertanyaan dalam kuesioner layak digunakan.
- Jika *Cronbach's coefficient alpha* (α) $<$ 0.6 maka *cronbach's alpha acceptable (construct reliable)* atau pertanyaan dalam kuesioner tidak layak digunakan.

Tabel 5. Uji Reliabilitas.

Variabel	<i>Cronbach's Alpa Coefficient</i>	<i>Cronbach's Alpa Accptable</i>	Keterangan
X1	0,697	0,60	Reliabel
X2	0,670	0,60	Reliabel
Y	0,784	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020.

Dari tabel di atas variabel harga (X1) menghasilkan nilai cronbach Alpha 0,697, variabel kualitas produk (X2) 0,670 dan variabel kepuasan konsumen (Y)

0,784. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *cronbach's alpa coefficient* $>$ *cronbach's alpa acceptable* maka dengan demikian pada tiap-tiap pertanyaan

maupun tiap-tiap variabel menunjukkan hasil kuesioner sudah reliabel.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini, perlu dikemukakan bahwa skor tertinggi dan skor terendah dari indikator – indikator variabel harga, variabel kualitas produk,

dan variabel kepuasan konsumen yaitu : $5 \times 70 = 350$, sedangkan untuk skor terendah yaitu : $1 \times 70 = 70$, skor tersebut akan digunakan untuk mencari bobot pada setiap indikator dari variabel harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen dengan rentang skor 56. Untuk lebih jelasnya, bobot pada indikator – indikator tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

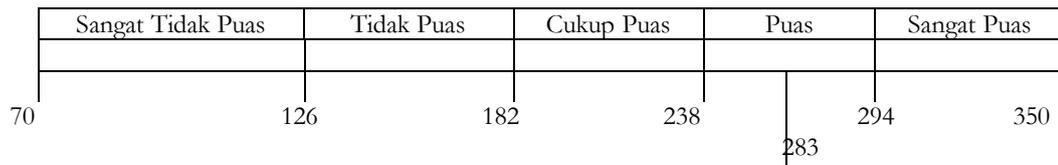
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Harga, X1.1) Harga jual beras merah telah disesuaikan dengan biaya pemasukan dan biaya pengeluaran

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	17	24	85
Puas	44	63	176
Cukup Puas	4	6	12
Tidak Puas	5	7	10
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	283

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item pertama (X1.1.)

pada indikator variabel harga adalah sebagai berikut :



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot harga jual beras merah sesuai dengan biaya pemasukan dan biaya pengeluaran memiliki skor 283,

hal ini menunjukkan bahwa item indikator harga terhadap kepuasan konsumen sudah puas.

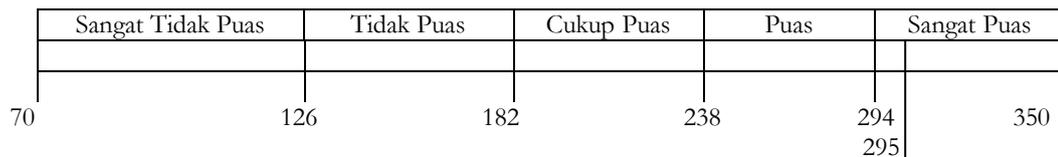
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Harga, X1.2) Harga beras merah terjangkau.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	28	40	140
Puas	34	49	136
Cukup Puas	4	6	12
Tidak Puas	3	4	6
Sangat Tidak Puas	1	1	1
Total Skor	70	100	295

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item kedua (X1.2.) pada

indikator variabel harga adalah sebagai berikut :



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot harga beras merah terjangkau memiliki skor 295, hal ini

menunjukkan bahwa item keterjangkauan konsumen dalam membeli beras merah sangat puas.

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Harga, X1.3) Konsumen diberikan hak untuk menawar harga beras.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	45	64	225
Puas	22	31	88
Cukup Puas	0	0	0
Tidak Puas	3	4	6
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	319

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (X1.3.) pada indikator variabel harga adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
70	126	182	238	294
319				

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot konsumen diberikan hak untuk menawar harga beras memiliki skor 319, hal ini menunjukkan bahwa item indikator harga terhadap kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena konsumen tidak dibatasi untuk menawar harga beras merah.

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Harga, X1.4) Produsen memberikan potongan harga beras merah kepada konsumen.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	43	61	215
Puas	25	36	100
Cukup Puas	2	3	6
Tidak Puas	0	0	0
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	321

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (X1.4.) pada indikator variabel harga adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
70	126	182	238	294
321				

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot produsen memberikan potongan harga beras merah kepada konsumen memiliki skor 321, hal ini menunjukkan bahwa item indikator harga terhadap kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena produsen akan memberikan diskon potongan harga apabila konsumen membeli dengan kuantitas yang cukup banyak.

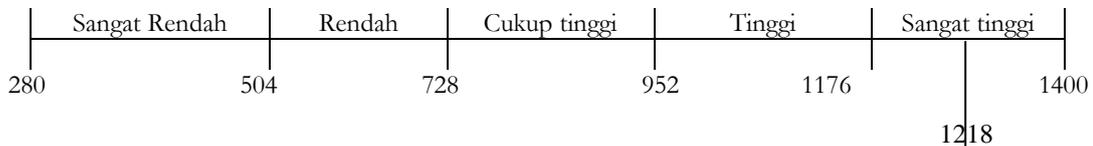
Berdasarkan uraian tabel tanggapan responden di atas, item indikator dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 10. Rangkuman Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga. (n = 70).

No	Indikator	Skor	Ket.
a. Harga			
1.	Harga jual beras merah telah disesuaikan dengan biaya pemasukan dan biaya pengeluaran	283	Puas
2.	Harga beras merah terjangkau	295	Sangat Puas
3.	Konsumen diberikan hak untuk menawar harga beras	319	Sangat Puas
4.	Produsen memberikan potongan harga beras merah kepada konsumen	321	Sangat Puas
Jumlah		1218	Kategori
Rata – Rata Skor		304,5	Sangat Puas

Berdasarkan tabel di atas, skor total kumulatif variabel harga yaitu sebesar 1218. Dengan jumlah skor tertinggi yaitu $5 \times 4 \times 70 = 1.400$ dan untuk skor terendah yaitu $1 \times 4 \times 70 = 280$.

Klasifikasi skor jawaban responden variabel harga digambarkan dalam tahapan bobot skor dengan rentang skor sebesar 224 sebagai berikut :



Berdasarkan tabel dan bobot skor diatas, menunjukkan bahwa variabel harga berkontribusi sangat tinggi untuk mempengaruhi kepuasan konsumen di CV.Pure Cianjur, karena dengan

kontribusi sangat tinggi sudah mencerminkan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan harga yang di tawarkan/ diberikan oleh perusahaan.

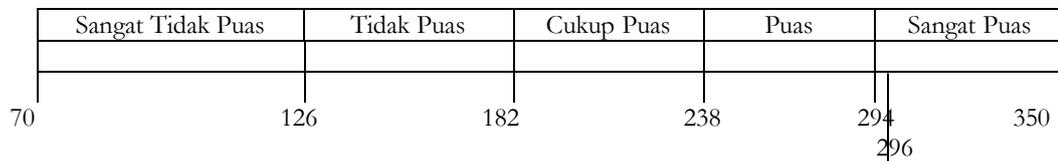
Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kualitas Produk, X2.1) Beras merah memiliki aroma yang khas

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	26	37	130
Puas	38	54	152
Cukup Puas	2	3	6
Tidak Puas	4	6	8
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	296

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (X2.1) pada

indikator variabel kualitas adalah sebagai berikut :



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot beras merah memiliki aroma yang khas memiliki skor 296, hal ini menunjukkan bahwa item

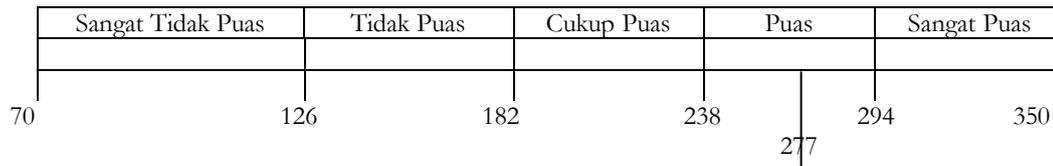
indikator kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena beras merah identik dengan aromanya yang khas.

Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kualitas Produk, X2.2) Beras merah memiliki warna merah terang.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	20	29	100
Puas	37	53	148
Cukup Puas	3	4	9
Tidak Puas	10	14	20
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	277

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (X2.2) pada indikator variabel kualitas adalah sebagai berikut :



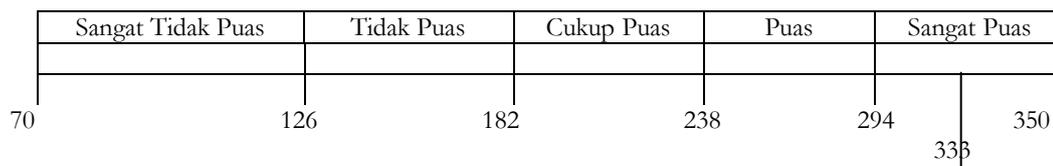
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot beras merah memiliki warna merah terang yang khas memiliki skor 277, hal ini menunjukkan bahwa item indikator kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah puas, karena beras merah memiliki bulir beras yang terang.

Tabel 13. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kualitas Produk, X2.3) Kandungan gizi yang dimiliki beras merah tinggi.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	53	76	265
Puas	17	24	68
Cukup Puas	0	0	0
Tidak Puas	0	0	0
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	333

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (X2.3) pada indikator variabel kualitas adalah sebagai berikut :



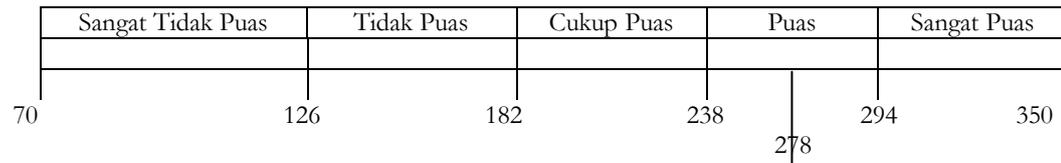
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot kandungan gizi yang dimiliki beras merah tinggi memiliki skor 333, hal ini menunjukkan bahwa item indikator kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena beras merah memiliki kandungan gizi paling tinggi dibandingkan dengan jenis beras lainnya.

Tabel 14. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kualitas Produk, X2.4) Bentuk atau bulir beras merah tidak mudah patah.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	19	27	95
Puas	37	53	148
Cukup Puas	7	10	21
Tidak Puas	7	10	14
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	278

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (X2.4) pada indikator variabel kualitas adalah sebagai berikut :



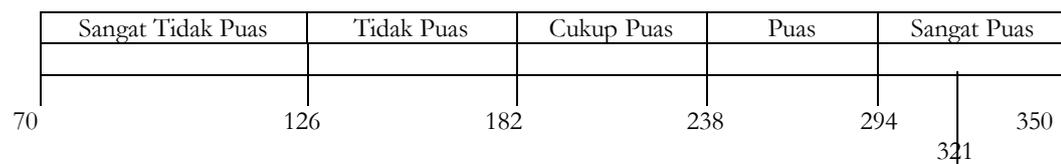
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot bulir beras merah tidak mudah patah memiliki skor 278, hal ini menunjukkan bahwa item indikator kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah puas, karena beras merah memiliki bulir yang cukup kuat sehingga tidak mudah patah.

Tabel 15. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kualitas Produk, X2.5) Beras merah memiliki tekstur nasi pulen setelah dimasak.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	44	63	220
Puas	24	34	96
Cukup Puas	1	1	3
Tidak Puas	1	1	2
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	321

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan table di atas, maka skor bobot untuk item (X2.5) pada indikator variabel kualitas adalah sebagai berikut :



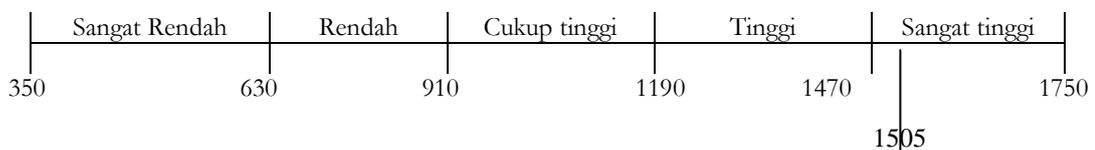
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot beras merah memiliki tekstur nasi pulen setelah dimasak skor 321, hal ini menunjukkan bahwa item indikator kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena beras merah memiliki tekstur yang pulen dan banyak disukai oleh konsumen.

Tabel 16. Rangkuman Tanggapan Responden Terhadap Variabel kualitas beras merah. (n = 70).

No	Indikator	Skor	Ket.
b. Kualitas Beras Merah			
1.	Beras merah memiliki aroma yang khas	296	Sangat Puas
2.	Beras merah memiliki warna merah terang	277	Puas
3.	Kandungan gizi yang dimiliki beras merah merah tinggi	333	Sangat Puas
4.	Bentuk/bulir beras merah utuh tidak patah	278	Puas
5.	Beras merah memiliki tekstur nasi pulen setelah di masak	321	Sangat Puas
Jumlah		1505	Kategori Sangat
Rata –Rata		301	Puas

Berdasarkan tabel di atas, skor total kumulatif variabel harga yaitu sebesar 1505. Dengan jumlah skor tertinggi yaitu $5 \times 5 \times 70 = 1.750$ dan untuk skor terendah yaitu $1 \times 5 \times 70 = 350$.

Klasifikasi skor jawaban responden variabel kualitas beras merah digambarkan dalam tahapan bobot skor dengan rentang skor sebesar 280 sebagai berikut :



Berdasarkan tabel dan bobot skor di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas berkontribusi sangat tinggi untuk mempengaruhi kepuasan konsumen di CV. Pure Cianjur, karena dengan

kontribusi sangat tinggi sudah mencerminkan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan kualitas produk yang ada di perusahaan.

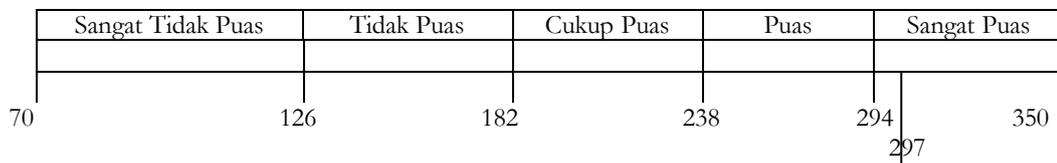
Tabel 17. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kepuasan Konsumen, Y.1) Kualitas beras merah sesuai dengan harapan konsumen.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	30	43	150
Puas	32	46	128
Cukup Puas	3	4	9
Tidak Puas	5	7	10
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	297

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan table di atas, maka skor bobot untuk item (Y.1) pada

indikator variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot kualitas beras merah sesuai dengan harapan konsumen memiliki skor 297, hal ini menunjukkan

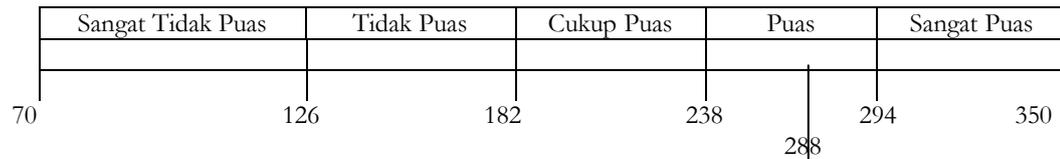
bahwa item indikator kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena konsumen beras merasa puas dengan beras merah yang dihasilkan.

Tabel 18. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kepuasan Konsumen, Y.2) Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	23	33	115
Puas	37	53	148
Cukup Puas	5	7	15
Tidak Puas	5	7	10
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	288

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan table di atas, maka skor bobot untuk item (Y.2) pada indikator variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :



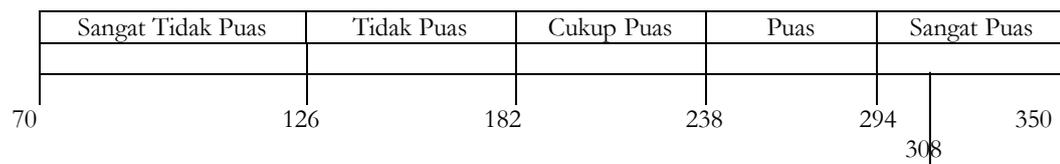
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan memiliki skor 288, hal ini menunjukkan bahwa item indikator kepuasan konsumen sudah puas, karena harga beras meras sebanding dengan kualitas yang diinginkan konsumen.

Tabel 19. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kepuasan Konsumen, Y.3) Tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena kualitasnya sesuai dengan manfaat.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	29	41	145
Puas	40	57	160
Cukup Puas	1	1	3
Tidak Puas	0	0	0
Sangat Tidak Puas	0	0	0
Total Skor	70	100	308

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (Y.3) pada indikator variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena kualitasnya sesuai dengan manfaat memiliki skor 308, hal ini menunjukkan bahwa item indikator kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena konsumen dalam membeli beras merah sesuai dengan kualitas yang diinginkan.

Tabel 20. Tanggapan Responden Terhadap (Variabel Kepuasan Konsumen, Y.4) Tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena harganya sesuai dengan manfaat.

Tanggapan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	29	41	145
Puas	39	56	156
Cukup Puas	1	1	3
Tidak Puas	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	1	1
Total Skor	70	100	305

Sumber : Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, maka skor bobot untuk item (Y.4) pada

indikator variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
70	126	182	238	294
305				

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa bobot tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena harganya sesuai dengan manfaat memiliki skor 305, hal ini menunjukkan bahwa item

indikator kepuasan konsumen sudah sangat puas, karena konsumen dalam membeli beras merah sesuai dengan harga yang diinginkan.

Tabel 21. Rangkuman Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen. (n = 70).

No	Indikator	Skor	Ket.
c. Kepuasan Konsumen			
1.	Kualitas beras merah sesuai dengan harapan konsumen	297	Sangat Puas
2.	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan	288	Puas
3.	Tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena kualitasnya sesuai dengan manfaat	308	Sangat Puas
4.	Tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena harganya sesuai dengan manfaat	305	Sangat Puas
Jumlah		1198	Kategori Sangat Puas
Rata – Rata		299,5	Puas

Berdasarkan di atas, skor total kumulatif variabel harga yaitu sebesar 1198. Dengan jumlah skor tertinggi yaitu $5 \times 4 \times 70 = 1.400$ dan untuk skor terendah yaitu $1 \times 4 \times 70 = 280$.

Klasifikasi skor jawaban responden variabel kepuasan konsumen digambarkan dalam tahapan bobot skor dengan rentang skor sebesar 224 sebagai berikut :

Sangat Rendah	Rendah	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi
280	504	728	952	1176
1400				
1198				

Berdasarkan tabel dan bobot skor di atas, menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen yang ada di perusahaan berkontribusi sangat tinggi untuk memuaskan konsumen, namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan

perusahaan agar konsumen tetap merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan yaitu CV. Pure harus memberikan kualitas beras merah dengan warna yang terang bagus dan juga CV.Pure harus memberikan kualitas beras

merah dengan bentuk/bulir beras yang utuh tidak patah, karena berdasarkan informasi yang didapat dari beberapa responden, mereka pernah menemukan kualitas beras merah tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh mereka.

Berdasarkan tabel tanggapan responden di atas, item indikator dari variabel harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen dirangkum pada tabel berikut :

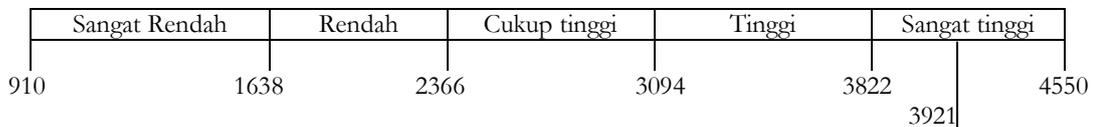
Tabel 22.Rangkuman Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen. (n = 70).

No.	Indikator	Skor	Ket.
a. Harga			
1.	Harga jual beras merah telah disesuaikan dengan biaya pemasukan dan biaya pengeluaran	283	Puas
2.	Harga beras merah terjangkau	295	Sangat Puas
3.	Konsumen diberikan hak untuk menawar harga beras	319	Sangat Puas
4.	Produsen memberikan potongan harga beras merah kepada konsumen	321	Sangat Puas
b. Kualitas Produk			
5.	Beras merah memiliki aroma yang khas	296	Sangat Puas
6.	Beras merah memiliki warna merah terang	277	Puas
7.	Kandungan gizi yang dimiliki beras merah tinggi	333	Sangat Puas
8.	Bentuk atau bulir beras merah untuk tidak patah	278	Puas
9.	Beras merah memiliki tekstur nasi pulen setelah dimasak	321	Sangat Puas
c. Kepuasan Konsumen			
10.	Kualitas beras merah sesuai dengan harapan konsumen	297	Sangat Puas
11.	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan	288	Puas
12.	Tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena kualitasnya sesuai dengan manfaat	308	Sangat Puas
13.	Tetap membeli dan mengkonsumsi beras merah karena harganya sesuai dengan manfaat	305	Sangat Puas
Jumlah		3921	Kategori Sangat Puas
Rata – Rata Skor		301,61	

Sumber : Hasil Data Kuesioner (Diolah, 2020).

Berdasarkan tabel di atas, skor total kumulatif variabel harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen yaitu sebesar 3921. Dengan jumlah skor tertinggi yaitu $5 \times 13 \times 70 = 4550$, dan untuk skor terendah yaitu $1 \times 13 \times 70 = 910$.

Klasifikasi skor jawaban responden variabel harga, kualitas beras merah, dan kepuasan konsumen digambarkan dalam tahapan bobot skor dengan rentang skor sebesar 728 sebagai berikut :



Berdasarkan tabel dan bobot skor di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas berkontribusi sangat tinggi untuk mempengaruhi kepuasan konsumen, namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan perusahaan agar konsumen tetap merasa puas dengan apa yang

diberikan oleh perusahaan yaitu dengan memberikan harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan mereka dan juga CV.Pure selalu mempertimbangkan masukan dari konsumen.

Analisis Data dan Pembahasan

Analisis Data

a. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Jika nilai signifikansi < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y dan nilai

signifikansi > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Adapun rumus untuk mencari t tabel sebagai berikut :

$$t_{tabel} = t(a/2) : (n-k-1) = (0,05/2) : (70-2-1= 67) = 1.996$$

Tabel 23. Nilai Koefisien.

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	T Sig.
1	(Constant)	7.884	1.534		5.139 .000
	X1_Harga	.260	.096	.311	2.698 .009
	X2_Kualitas Produk	.245	.073	.387	3.357 .001

Sumber: Pengolahan Primer, 2020.

Persamaan Regresi Linier Berganda :
 $Y = 7.884 + 0.260X1 + 0.245X2$

- Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Untuk melihat pengaruh Harga (X1) terhadap kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan analisis sebagai berikut :

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.698 > 1.996$, nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan dari variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen.

- Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk melihat pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan analisis sebagai berikut:

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.357 > 1.996$, nilai signifikansi

$0,001 < 0,05$. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y). Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Jika nilai signifikansi < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y dan nilai signifikansi > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel x secara simultan terhadap Y. Adapun rumus untuk mencari f tabel sebagai berikut:

$$F_{tabel} = F(k) : (n-k) = (2) : (70 - 2) = 68) = 3.13$$

Tabel 24. Uji F.

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.006	2	12.503	20.550	.000 ^b
	Residual	40.765	67	.608		
	Total	65.771	69			

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.55 > 3.13$, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian ada pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama serta signifikan dari

variabel harga (X1), dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel

dependen. R² sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

Tabel 25. Determinasi.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.294 ^a	.686	.059	2.19297

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,686, hal tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Y adalah sebesar 68.6%.

d. Hipotesis Statistik

- 1). H0 : Ditolak
H1 : Diterima, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.698 > 1.996$, nilai signifikansi $0.009 < 0,05$
- 2). H0 : Ditolak
H1 : Diterima, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.357 > 1.996$, nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ H0 : Ditolak
H1 : Diterima, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.55 > 3.13$ nilai signifikansi $0.000 < 0.05$

Pembahasan

Hasil uji hipotesis digunakan untuk menjawab rumusan masalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Apabila dilihat dari nilai parsial variabel harga memiliki nilai $2.698 > 1.966$ dengan nilai signifikan $0,009 < 0,05$. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan dari variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen. Dari variabel harga terdapat empat dimensi yaitu harga jual beras merah telah ditetapkan dengan biaya pemasukan dan biaya pengeluaran (X1.1), harga beras

merah terjangkau (X1.2), konsumen diberikan hak untuk menawar harga beras (X1.3), produsen memberikan potongan harga beras merah kepada konsumen (X1.4). Hal tersebut menunjukkan bahwa item – item variabel harga mempunyai nilai yang positif terhadap kepuasan konsumen dalam membeli beras merah di CV Pure Cianjur.

Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk variabel kualitas diperoleh nilai parsial $3.357 > 1.966$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen.

Dari variable kualitas terdapat lima dimensi yaitu beras merah memiliki aroma yang khas (X2.1), beras merah memiliki warna merah terang (X2.2), kandungan gizi yang dimiliki beras merah tinggi (X2.3), bentuk/bulir beras merah utuh tidak patah (X2.4), beras merah memiliki tekstur nasi pulen setelah di masak (X2.5). Hal tersebut menunjukkan bahwa item – item variabel kualitas mempunyai nilai yang positif terhadap kepuasan konsumen dalam membeli beras merah di CV Pure Cianjur.

Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk nilai signifikansi secara simultan antara variable harga dan variable kualitas terhadap variable kepuasan konsumen diperoleh nilai

20.550 > 3.01 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya faktor harga dan kualitas secara bersama mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa 70 orang responden beras merah mempercayai bahwa harga yang tinggi dan kualitas yang baik merupakan hal yang wajar, karena responden merasakan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi beras merah. Dengan demikian ada pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama serta signifikan dari variabel harga (X1), dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen beras merah di CV Pure Cianjur, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap kepuasan konsumen beras merah di CV Pure Cianjur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.698 > 1.996$, nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Yang artinya H1 diterima dan H0 ditolak.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap kepuasan konsumen beras merah di CV Pure Cianjur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.357 > 1.996$, nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Yang artinya H1 diterima dan H0 ditolak.
3. Harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap kepuasan konsumen beras merah di CV Pure Cianjur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.55 > 3.13$, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya H1 diterima dan H0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Usman. 2018. Karakteristik Beras Sosoh Pada Beberapa Tingkat Penyosohan Berdasarkan

Absorbansi. *Jurnal Penelitian Pascapanen Pertanian*. 15 (1) : 43-51.

Anwar, Iful. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Ilmu dan Riset Manajemen. Vol (4) 12.

Bachtiar. 2011. *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Saunggalih*. Aji Purworjo. Dinamika Sosial Ekonomi. Vol (7) 1.

Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2005).

Badan Pusat Statistik (BPS). 2012 Faktor Yang Mempengaruhi Volume Impor Beras Di Indonesia

Bella, Rinta. 2019. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Bulog Di Desa Lawe Rutung Kecamatan Lawe Bulan Kutacane*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Gita, Yulia Wati. 2018. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Merah Merek Geri Di Kota Padang*. Universitas Andalas.

Halim, Abdul. 2007. Urgensi Perlindungan Hak- Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Hukum*. 14 (2) : 247-270.

Haryanto, Edy. 2013. Kualitas Layanan Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Emba*. 1 (3) :750-760.

Hermawan, Edi. Dan Meylani Vita. 2016. Analisis Karakteristik Fisikomia Beras Putih, Beras Merah, Beras Hitam. *Jurnal Ilmu Keperawatan*. 15 (1) : 79-91.

Ilham, Muhamad Nur. 2012. *Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Processing Control (SPC) Pada PT. Bosowa Media Grafika (Tribun Timur)*. Universitas Hasanudin Makasar.

IRRI, 2013. *Quality Kit Manual Version January 2013*. Postharvest Unit International Rice Research Institute (IRRI) Postharvest@irri.org

- Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Terjemahan Hendra Teguh dkk. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Nasir, Ahmad. 2017. Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Pandanwangi Berdasarkan Pertimbangan Harga dan Kualitas Beras (Studi Kasus : Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Cianjur). *Skripsi*. Jurusan Agribisnis Universitas Suryakencana Cianjur.
- Rizky, Muhamad Fakhri. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nallah Adi Kurnia Medan. Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 14 (2) : 1693-7619.
- Santika, A. dan Rozakurniati. 2010. *Teknik Evaluasi Mutu Beras Hitam dan Beras Merah Pada Beberapa Galur Padi Gogo*. Buletin Teknik Pertanian. Vol. (15) 1.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset. Salemba Empat, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2003. Metode Penelitian Untuk Bisnis.
- Suardi, Rudi. 2005. Sistem Manajemen Keselamatan Kerja dan Kesehatan Kerja, Jakarta : Penerbit PPM.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, 2006. *Manajemen Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- Widiyanti, Emi dan Cahyadin Malik. 2013. *Analisis Rantai Usaha Padi Beras Merah di Kabupaten Boyolali*.