



## **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MD FROZEN FOOD DI PASAR CIPUTAT TANGERANG SELATAN**

**Dede Solihin<sup>1</sup>, Fingky Firda Yunisa<sup>2</sup>**

<sup>12</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis., Universitas Pamulang  
Corresponding author: dosen02447@unpam.ac.id

### **ABSTRACT**

**Purpose.** *This research aims to determine the effect of price and product quality partially and simultaneously on Consumer Satisfaction with MD Frozen Food at Ciputat Market, South Tangerang.*

**Methods.** *The method used is the associative method. The number of samples used in this study were 97 respondents. Data collection with a questionnaire. Data analysis technique with multiple linear regression.*

**Findings.** *Partially, price has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Partially, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Price and Product Quality simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.*

**Implication.** *Considering that price and product quality have an important role in increasing consumer satisfaction, companies need to increase product prices and quality in accordance with consumer expectations and desires.*

**Keywords.** *Price; Product quality; Consumer Satisfaction.*

### **ABSTRAK**

**Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada MD Frozen Food di Pasar Ciputat Tangerang Selatan.

**Metode.** Metode yang digunakan adalah metode asosiatif. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik analisis data dengan regresi linear berganda.

**Hasil.** Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Implikasi.** Mengingat harga dan kualitas produk mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen maka perusahaan perlu meningkatkan harga dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

**Kata Kunci.** Harga; Kualitas Produk; Kepuasan Konsumen.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis dan produk seperti sekarang ini, dimana banyak sekali persaingan berbagai jenis produk yang dipasarkan oleh produsen maupun perusahaan-perusahaan yang ada, dimana setiap perusahaan dan produsen di tantang untuk dapat menyiapkan diri dalam menghadapi globalisasi perekonomian untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal melalui sistem pengelolaan perdagangan yang efektif dan efisien dan hal tersebut dapat dilihat berpengaruh terhadap peningkatan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat mengikat hasrat konsumen agar memutuskan pembeliaannya pada produk yang ditawarkan, dengan cara menghasilkan barang yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dengan strategi lainnya. Keadaan ini yang mengakibatkan terciptanya persaingan terhadap sesama perusahaan yang menghasilkan barang yang sejenis.

Keberhasilan sebuah perusahaan dapat dilihat dari kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dengan melihat kepuasan konsumen perusahaan bisa mengetahui apakah kinerja dari perusahaan sendiri sudah baik dan sesuai harapan ataukah masih perlu ditingkatkan lagi produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:98) "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya". Konsumen dapat mengalami salah satu tiga dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas, senang dan gembira.

Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang terhadap pembeli (Habibah & Sumiati, 2018). Harga sangat mempengaruhi banyaknya konsumen yang datang sehingga dapat meningkatkan daya tarik terhadap konsumen yang kan membeli produk tersebut salah satu daya tarik dari harga yaitu adanya diskon harga yang diberikan untuk konsumen dan pelanggan, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang, (Tjiptono, 2019).

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk tersebut (Bailia, 2018). Kotler dan Armstrong (2018:145) mengatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan untuk mengalahkan pesaing sehingga perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat dalam jangka panjang. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria (2021); Haryoko, Delimah, & Ardiyansyah (2020); Dhiani, Kumara, & Wardani (2021), harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Irfanudin (2019); Adelina, Amni, & Chasanah (2021); serta Teana & Jamil (2021) menyatakan kualitas produk, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada MD Frozen Food di Pasar Ciputat Tangerang Selatan.

## 2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

### Harga

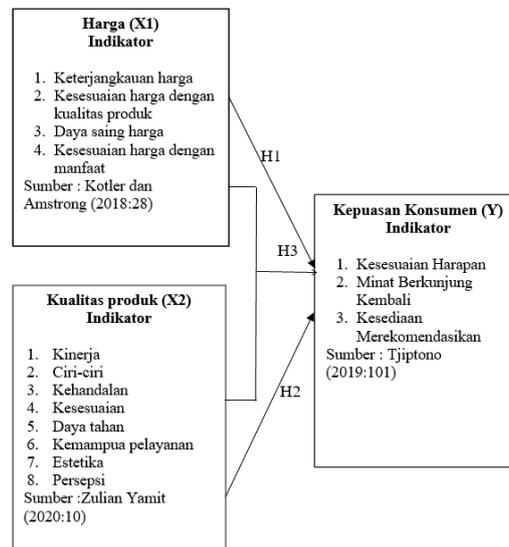
Menurut Afandi (2018:185) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian, Menurut Habibah dan Sumiati (2018:49) "Harga merupakan jumlah nilai termasuk barang dan layanan yang ditawarkan guna pengganti benda. Sedangkan menurut Ritonga (2019:98) "Harga merupakan sesuatu yang dijadikan untuk pertukaran barang atau jasa oleh konsumen dengan kesepakatan masing-masing.

### Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2018:143), Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Menurut Wijaya dalam Bailia (2018:13) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Kristianto (2019:97) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk. Menurut Kotler (2018:75) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada MD *Frozen Food* di Pasar Ciputat Tangerang Selatan

H2: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada MD *Frozen Food* di Pasar Ciputat Tangerang Selatan

H3: Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada MD *Frozen Food* di Pasar Ciputat Tangerang Selatan

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian dilakukan pada konsumen MD *Frozen Food* yang beralamat di jl. Arya Putra Di Depan Pasar Ciputat, Tangerang Selatan Propinsi Banten. Dalam penelitian populasi ini adalah konsumen yang membeli produk pada MD *frozen food* Dipasar Ciputat Tangerang Selatan dengan jumlah populasinya sebanyak 2.854 orang (diambil dari jumlah konsumen pada tahun 2021). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang di ambil dari Rumus Slovin dengan margin eror 10%. Selanjutnya sampel tersebut adalah sampel yang akan diberikan kuesioner secara langsung dengan menggunakan skala likert. Metode analisis data dalam penelitian ini dengan regresi linier berganda. Adapun operasional variable penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 1 Operasional Variabel penelitian**

Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Skala
<b>Harga (X1)</b> Sumber: Kotler dan Amstrong (2019:278)	1. Keterjangkauan harga	1,2	Likert
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3,4	
	3. Daya saing harga	5,6	
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8	
<b>Kualitas Produk (X2)</b> Sumber: Zulian Yamit (2020:10)	1. Kinerja	1,2	Likert
	2. Ciri-ciri	3,4	
	3. Keandalan	5,6	
	4. Kesesuaian	7,8	
	5. Daya tahan	9,10	
	6. Kemampuan pelayanan	11,12	
	7. Estetika	13,14	
	8. Persepsi	15,16	
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b> Sumber: Tjiptono (2019:101)	1. Kesesuaian harapan	1,2,3	Likert
	2. Minat kunjung kembali	4,5,6	
	3. Kediaan merekomendasikan	7,8,9,10	

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Uji Validitas

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel**

No	Kuesioner	R hitung	R tabel	Keputusan
		Harga		
1	P1	0.581	0.199	Valid
2	P2	0.608	0.199	Valid
3	P3	0.755	0.199	Valid
4	P4	0.779	0.199	Valid
5	P5	0.704	0.199	Valid
6	P6	0.807	0.199	Valid
7	P7	0.722	0.199	Valid
8	P8	0.796	0.199	Valid

No	Kuesioner	R hitung	R tabel	Keputusan
Kualitas Produk				
1	P1	0.375	0.199	Valid
2	P2	0.469	0.199	Valid
3	P3	0.534	0.199	Valid
4	P4	0.507	0.199	Valid
5	P5	0.579	0.199	Valid
6	P6	0.571	0.199	Valid
7	P7	0.609	0.199	Valid
8	P8	0.492	0.199	Valid
9	P9	0.501	0.199	Valid
10	P10	0.581	0.199	Valid
11	P11	0.510	0.199	Valid
12	P12	0.500	0.199	Valid
13	P13	0.464	0.199	Valid
14	P14	0.494	0.199	Valid
15	P15	0.462	0.199	Valid
16	P16	0.529	0.199	Valid
Kepuasan Konsumen				
1	P1	0.662	0.199	Valid
2	P2	0.653	0.199	Valid
3	P3	0.748	0.199	Valid
4	P4	0.697	0.199	Valid
5	P5	0.748	0.199	Valid
6	P6	0.771	0.199	Valid
7	P7	0.793	0.199	Valid
8	P8	0.735	0.199	Valid
9	P9	0.645	0.199	Valid
10	P10	0.568	0.199	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas, seluruh variabel diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.199), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0.865	0.600	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.804	0.600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.884	0.600	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas, menunjukkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari *Standart Cronbach's Alpha* 0.60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan reliable dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 26. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan adalah terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

## Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.93570597
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.052
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 5 Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,055. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal karena  $0,055 > 0,05$ .

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	.684	1.462
Kualitas Produk (X2)	.684	1.462

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 5 diperoleh nilai tolerance variabel harga sebesar 0,684 dan kualitas produk sebesar 0,684, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1, dan 10 nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel harga sebesar 1,462 serta variabel kualitas produk sebesar 1,462 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8.374	2.821		2.969	.004
	Harga	-.004	.069	-.007	-.057	.955
	Kualitas produk	-.080	.050	-.195	-1.596	.114

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser test model* pada variabel harga (X1) diperoleh nilai *probability* signifikansi (Sig.) sebesar 0,955 dan kualitas produk (X2) diperoleh nilai *probability* signifikansi (Sig.) sebesar 0,114 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.)  $>0,05$ . Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

## Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.353	4.219		.795	.429
	Harga	.218	.103	.191	2.119	.037
	Kualitas produk	.466	.075	.563	6.229	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Nilai konstanta sebesar = 3,353 diartikan bahwa jika variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) tidak dipertimbangkan maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) hanya akan bernilai sebesar = 3,353 point. Nilai harga ( $X_1$ ) 0,218 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel harga ( $X_1$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,218 point. Nilai kualitas produk ( $X_2$ ) 0.466 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga ( $X_1$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.466 point.

## Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 <sup>a</sup>	.475	.464	3.977

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

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan dari hasil tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi yaitu sebesar 0,475 atau 47,5%. Hal ini dapat diartikan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 47,5% sedangkan sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Hipotesis

### Uji T Parsial

**Tabel 9 Hasil Uji T Parsial**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.353	4.219		.795	.429
	Harga	.218	.103	.191	2.119	.037
	Kualitas produk	.466	.075	.563	6.229	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas pada variabel Harga diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(2,119 > 1.985)$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig.0,05$  atau  $(0,037 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel kualitas produk diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,229 > 1.985)$  Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig.0,05$  atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

## Uji F Simultan

**Tabel 10 Hasil Uji F Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1344.857	2	672.429	42.507	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1487.019	94	15.819		
	Total	2831.876	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

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

Sumber: Hasil olahan data SPSS (2023)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 10 diperoleh nilai F hitung  $> F$  tabel atau  $(42,507 > 2,701)$ , hal ini juga diperkuat dengan  $p\ value < Sig.0,05$  atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

## Pembahasan

### Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(2,119 > 1.985)$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig.0,05$  atau  $(0,037 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sesuai dengan teori menurut Campbell pada Cockril dan Goode (2010) menyatakan bahwa persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi konsumen kepada harga. Peran harga tak lepas dari proses jual beli suatu produk atau jasa, murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya karena itulah persepsi harga menjadi alasan mengapa seseorang membuat keputusan untuk membeli.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Zakaria Zakaria (2021) harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Hanum Puspa, Dedek Kumara (2021) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian Haryoko, Delimah (2020) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,229 > 1.985)$  Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\ value < Sig.0,05$  atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sesuai dengan teori menurut Kotler dan Armstrong (2018) Kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk dalam

menjalankan fungsinya. Kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen karena konsumen menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk-produk yang telah dibeli. Menurut Kotler (2012) arti dari kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ade Ratna Sari (2021), Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Hattua Samosir (2018) Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian yang dilakukan Yumelin Adelina, Uswatun Chasanah (2021) Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji F Simultan diperoleh nilai F hitung  $>$  F tabel atau  $(42,507 > 2,701)$ , hal ini juga diperkuat dengan  $p$  value  $<$  Sig.0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai negatif. Konsumen mungkin akan menganggapnya sebagai nilai yang buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut. Sebaliknya jika manfaat yang diperoleh lebih besar maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai positif.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fahmi Firdaus (2019) harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian Paradilla Teana, Ahmad Jamil (2021) terdapat pengaruh harga dan kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kemudian penelitian Ahmad Maulana Irfanudin (2019) terdapat pengaruh harga dan kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang**

Pada penelitian ini hanya meneliti Harga dan Kualitas Produk, sedangkan masih terdapat variabel lain yang dapat diteliti. Perspektif teori yang digunakan di dalam penelitian ini masih sangat terbatas, padahal masih banyak teori-teori lain yang memberikan pandangan berbeda dalam topik ini. Penelitian ini bersifat cross sectional yaitu hanya diteliti dalam satu waktu yang terbatas dan hanya membuktikan kondisi yang terjadi pada waktu penelitian, dan tidak mengamati perubahan yang mungkin terjadi dikemudian hari.

## **6. Kesimpulan**

Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan dalam menetapkan harga maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan dalam memberikan kualitas produk maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen,

hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan dalam menetapkan harga dan kualitas produk maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

### Daftar Pustaka

- Ade, R., S (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Kreatif*, 2
- Afandi, J. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta ,Gava Media
- Ahmad, M, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarak*.
- Arianto (2019). *Pruduk dan kepuasan konsumen* . edisi 12 Jakarta
- Assuari, T. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14. Digola Jakarta
- Daft. (2018). *Manajemen pemasaran*, jilid 4 edisi 18 Diakses Jakarta
- Fadilah. (2020). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Fahmi, F & Agus, H. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal admintrasi bisnis*. 6
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Habiba & Sumiati (2018), *Manajemen Pemasaran*. Semarang, Alfabet
- Hanum, P. Dedek, K, & Surti, W. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1)
- Haryoko, Delimah & Ardiyansyah (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2)
- Hatua, S (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mutiara* 3(1)
- Hawar. (2017). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik*.Yogyakarta: Aditya Media
- Hermawan, (2018) "*Kualitas Kepuasan Pelanggan Pelanggan*". Edisi 12. Jakarta
- Jasman. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet
- Kotler & Keller , (2019), "*Manajemen pamasarandi Indonesia*", Jakarta:Selemba Empat.
- Kotler ,P.& Keller.(2018). "*Manajemen Pemasaran*", Jilid 11Edisi 12.Jakarta Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT.Indeks.
- Kristianto (2019). *Operasional variabel, Aplikasi analisis*. Edisi. 63. Jakarta
- Malholta. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet
- Nugroho (2019)."*Manajemen*" ,Jilid 1 Edisi 13. Jakarta :Erlangga.
- Paradilla, T. & Ahmad, J (2021). Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Perkusi*. 2(1)
- Ritonga. (2019) . *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* . Edisi 1.Jakarta:Rajawali Pers.
- Sugiyono (2018). *Populasi dan Sampel*. Edisi 130. Jakarta.
- Sunarsi. (2018). *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.

- Yulianti. (2018) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yumelin, A. F, A & Uswatun, C (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pasible* 3(1).
- Zakaria, Z. (2021). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Mi Mathlaul Anwar Pamulang. *Jurnal Arastirma*, 1(2)
- Zulian Y. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.