



## Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 22336-22344

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



### Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Leny Skin Care Citra Raya di Kabupaten Tangerang

Anggita Nurafivah<sup>1</sup>, Aldila Rahma Putri<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: [anggitanurafivah@gmail.com](mailto:anggitanurafivah@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Agustus 2024) Disetujui (Agustus 2024) Diterbitkan (Agustus 2024)</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Leny Skin Care Citra Raya di Kabupaten Tangerang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk Leny Skin Care di Citra Raya. Sampel ditentukan dengan responden sebanyak 68 responden yang menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner. Metode analisis yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian dan pembahasan adalah 1) Uji t variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh nilai t hitung &gt; t tabel (<math>7.691 &gt; 1.997</math>) dengan Nilai <math>0,000 &lt; sig 0,05</math>. Dinyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). 2) Uji t variabel Harga (X2) diperoleh nilai t hitung &gt; t tabel (<math>6.555 &gt; 1.997</math>) dengan Nilai <math>0,000 &lt; sig 0,05</math>. Dinyatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). 3) Nilai f hitung sebesar 43.789 berdasarkan hasil perhitungan uji f simultan memenuhi syarat uji hipotesis simultan: f hitung &gt; f tabel (<math>43.789 &gt; 3.14</math>) dengan nilai <math>0,000 &lt; sig 0,05</math>. Hasil dari analisis regresi linier berganda yaitu <math>Y = 7.553 + 0.549 X1 + 0.252 X2</math>, menunjukkan pengaruh yang positif. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 57,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa adanya hubungan antara Kualitas Produk dan Harga secara positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Leny Skin Care Citra Raya Kabupaten Tangerang.</p>
<p><b>Keywords:</b> Product Quality, Price, Customer Satisfaction.</p>	<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>This study aims to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction on Leny Skin Care Citra Raya products in Tangerang Regency. The type of research used is quantitative. The population in this study were consumers who bought Leny Skin Care products at Citra Raya. The sample was determined with 68 respondents using the Slovin formula. The data collection method used is by distributing questionnaires. The analysis method is validity test, reliability test, classical assumption test, linear regression analysis, correlation coefficient test, determination coefficient test and</i></p>

---

*hypothesis testing. The results of research and discussion are 1) The t test of the Product Quality variable (X1) obtained the value of t count > t table (7.691 > 1.997) with a value of 0.000 < sig 0.05. It is stated that Product Quality (X1) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y). 2) The t test for the Price variable (X2) obtained the value t count > t table (6.555 > 1.997) with a value of 0.000 < sig 0.05. It is stated that Price (X2) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y). 3) The calculated f value of 43.789 based on the results of the simultaneous f test calculation meets the requirements of the simultaneous hypothesis test: f count > f table (43.789 > 3.14) with a value of 0.000 < sig 0.05. The results of multiple linear regression analysis, namely  $Y = 7.553 + 0.549 X1 + 0.252 X2$ , show a positive influence. From the analysis of the coefficient of determination, it can be explained that Product Quality and Price affect Customer Satisfaction by 57.4%, while the rest is influenced by other variables outside this research model. In this study it is explained that there is a relationship between Product Quality and Price positively and significantly on Customer Satisfaction on Leny Skin Care Products Citra Raya Tangerang Regency.*

---

## 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 pelaku usaha dan produsen harus siap menghadapi globalisasi ekonomi guna memaksimalkan keuntungan melalui sistem manajemen perdagangan yang efisien, yang dipandang berdampak pada peningkatan penjualan dan produksi lebih banyak barang. Hal ini mendorong para pelaku usaha untuk bersaing satu sama lain guna mengikat keinginan pelanggan dan membujuk mereka untuk membeli barang yang ditawarkan melalui produksi barang yang memenuhi permintaan konsumen dan cara lainnya. Persaingan telah muncul antara perusahaan-perusahaan ini dan bisnis lain yang memproduksi produk serupa.

Faktor perkembangan yang terjadi secara berkala dan diusung oleh tokoh-tokoh di bidang produk kecantikan saat ini banyak dicari secara global, termasuk di Indonesia. Banyaknya produsen kecantikan di dunia bukanlah hal yang tidak terduga. Perusahaan-perusahaan di industri kecantikan kini menghadapi persaingan yang ketat satu sama lain untuk menarik pelanggan, terutama sejak Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC) diberlakukan pada tahun 2015. Hal ini mempermudah produk dari pasar luar negeri masuk ke Indonesia, menawarkan berbagai barang dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan produk lokal, terutama dalam kategori perawatan kulit (skincare). Oleh karena itu, untuk tetap kompetitif, setiap perusahaan berupaya meningkatkan kualitas produknya dan menawarkan harga yang terjangkau demi mencapai kepuasan pelanggan.

Klinik Pratama Leny Skin care merupakan klinik yang bergerak di bidang jasa estetik atau kecantikan. Saat ini Klinik Leny Skin care telah memiliki 8 cabang yang berada di daerah Citra Raya, Balaraja, Karawaci, BSD City, Pamulang, Sepatan, Galaxy Bekasi, Karawang dan Harapan Indah Bekasi.

Menurut Kotler dan Keller (2019:143), Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Dalam menghadapi persaingan bebas yang semakin ketat perusahaan diuntut untuk meningkatkan kualitas dari produknya semaksimal mungkin, sesuai dengan harapan yang dituju, klien memiliki lebih banyak pilihan untuk memilih produk yang memenuhi harapan mereka ketika terdapat lebih banyak pesaing. Pergeseran ini membuat konsumen lebih tanggap dan pilih-pilih terhadap setiap produk baru yang mereka beli. Perusahaan harus dapat mengenali kebutuhan dan ekspektasi konsumen saat ini dan di masa mendatang.

Menurut Kotler dan Keller dalam Meithiana Indrasari (2019:37) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Untuk mendapatkan kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari suatu barang, masyarakat saat ini menjadi

semakin cerdas dan cerdik dalam memilih produk. Faktanya, masyarakat seringkali tidak berpikir dua kali untuk mengeluarkan uang ekstra untuk membeli barang premium dengan harga bersaing. Setelah seorang pelanggan membeli dan menggunakan suatu produk, tingkat kesenangannya sebagian besar ditentukan oleh kualitas dan harga produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2019: 153), kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Untuk mendapatkan kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari suatu barang, masyarakat saat ini menjadi semakin cerdas dan cerdik dalam memilih produk. Faktanya, masyarakat seringkali tidak berpikir dua kali untuk mengeluarkan uang ekstra untuk membeli barang premium dengan harga bersaing. Untuk tetap kompetitif, Lenny berupaya meningkatkan kualitas dari produknya dan menawarkan harga yang terjangkau demi mencapai kepuasan pelanggan. Setelah seorang pelanggan membeli dan menggunakan suatu produk, tingkat kepuasannya sebagian besar ditentukan oleh kualitas produk dan harga produk di toko Lenny skin care.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16) “metode kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada firasat positivism. Digunakan untuk meneliti yang berlandasan pada filsafat positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan”.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Lenny Skin Care yang beralamat Ruko Citra Raya Blok K1 No. 18R, Cikupa Talagasari, Kec. Cikupa Kab. Tangerang, Banten. Waktu penelitian diperkirakan selesai dalam 5 bulan.

### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:126) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 209 pelanggan. Menurut Wiyono (2018:36) mengatakan bahwa “sampel adalah sebagian populasi yang terwakili dan akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terwakili”. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 68 responden pelanggan Lenny skin care yang dijadikan sampel. Peneliti menganggap sampel cukup representatif dan dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Analisis Regresi Linear Sederhana

**Tabel 1. Hasil Uji regresi Linear Sederhana Kualitas Produk  $X_1$  Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.082	3.947		2.048	.045
	Kualitas Produk	.762	.099	.687	7.691	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas, persamaan regresi dapat diperoleh sebagai berikut:  $Y = 8.082 + 0.762 X_1$ . Persamaan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 8.082 menunjukkan bahwa nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 8.082 jika variabel Kualitas Produk (X1) tidak ada.
2. Berdasarkan nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X1) 0.762, jika variabel Kualitas Produk (X1) tidak berubah dengan konstanta tetap, maka setiap perubahan 1-unit pada variabel Kualitas Produk (X1) akan menyebabkan perubahan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.762.

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga X<sub>2</sub> terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.094	2.362		9.779	.000
	Harga	.426	.065	.628	6.555	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas, persamaan regresi dapat diperoleh sebagai berikut:  $Y = 23.094 + 0.426 X_2$ . Persamaan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 23.094 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel Harga (X<sub>2</sub>), maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 23.094.
2. Koefisien regresi Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0.426 menunjukkan bahwa jika variabel Harga (X<sub>2</sub>) tidak mengalami perubahan dengan konstanta tetap, maka setiap perubahan satu unit pada variabel Harga (X<sub>2</sub>) akan menghasilkan perubahan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.426.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda Kualitas Produk X<sub>1</sub> Dan Harga X<sub>2</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.553	3.577		2.112	.039
	Kualitas Produk	.549	.105	.495	5.236	.000
	Harga	.252	.064	.372	3.933	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Nilai persamaan yang digunakan koefisien, yang ditemukan di kolom B dalam tabel di atas dapat diperoleh sebagai berikut untuk persamaan regresi linear berganda:

$$Y = 7.553 + 0.549 X_1 + 0.252 X_2$$

Berikut hasil persamaan regresi tersebut:

- 1)  $b = 7.553$  menunjukkan bahwa nilai konsistensi Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 7.553 jika Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Harga (X<sub>2</sub>) tetap (tidak berubah).
- 2)  $b_1 = 0.549$  menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) meningkat, sehingga Kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat 0.549 jika nilai Harga (X<sub>2</sub>) tidak berubah (konstan).
- 3)  $b_2 = 0.252$  menunjukkan bahwa jika Harga (X<sub>2</sub>) meningkat, Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0.252 jika nilai Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) tidak berubah (konstan).

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Produk X<sub>1</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 <sup>a</sup>	.473	.465	3.863

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,473 atau 47,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) sebesar 47,3%, sementara sisanya (100% - 47,3%) = 52,7% sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lainnya.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Harga X<sub>2</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 <sup>a</sup>	.394	.385	4.140

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,394 atau 39,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel harga (X<sub>2</sub>) sebesar 39,4%, sementara (100% - 39,4%) = 60,6% sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lainnya.

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Produk X<sub>1</sub> Dan Harga X<sub>2</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.574	.561	3.499

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

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,574 atau 57,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) sebesar 57,4%, sementara (100% - 57,4%) = 42,6% sisanya ditentukan oleh faktor-faktor lainnya.

### Uji Hipotesis

#### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk menentukan besarnya  $df = (n-2-1)$ , uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel; diperoleh  $(68-2-1) = 65$ , jadi ttabel = 1.997 (dengan  $df = 65$ ). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk X<sub>1</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.082	3.947		2.048	.045
	Kualitas Produk	.762	.099	.687	7.691	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Pengujian hipotesis 1: Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Produk yang positif dan signifikan. Berdasarkan tabel di atas,  $t_{hitung}$  7.691 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.997, atau signifikan 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima dan H0 ditolak. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga X<sub>2</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.094	2.362		9.779	.000
	Harga	.426	.065	.628	6.555	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Pengujian hipotesis 2: Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Harga. Menurut tabel di atas,  $t_{hitung}$  6.555 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.997 atau signifikan 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian, H2 diterima dan H0 ditolak, menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan nilai  $f_{tabel}$  untuk mengetahui besarnya  $f_{tabel}$  dengan asumsi bahwa  $df_1 = (n-k)$  dan  $df_2 = (k-1)$ , sehingga  $df_1 = (68-3) = 65$  dan  $df_2 = (3-1) = 2$ , sehingga nilai  $f_{tabel} = 3.14$ . Hasil uji f dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis (Uji f) Kualitas Produk X<sub>1</sub> Dan Harga X<sub>2</sub> Terhadap Kepuasan Pelanggan Y**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1072.038	2	536.019	43.789	.000 <sup>b</sup>
	Residual	795.653	65	12.241		
	Total	1867.691	67			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Hasil *Output* SPSS (2024)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  43.789 lebih besar dari  $F_{tabel}$

3.14, dan dengan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis variabel kualitas produk, variabel harga yang ditunjukkan secara bersamaan, mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### **Pembahasan Penelitian**

#### **Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Leny skin care di Citra Raya**

Berdasarkan hasil persamaan regresi menghasilkan  $Y = 8.082 + 0.762X_1$ . Disini nilai konstanta sebesar 8.082. Ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) tidak ada, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 8.082 dan koefisien regresi Kualitas Produk (X1) adalah 0.762, yang merupakan nilai positif. Dengan kata lain, data variabel kualitas produk (X1) tidak akan berubah jika konstanta tidak berubah, dan setiap perubahan 1-unit pada variabel kualitas produk (X1) akan menghasilkan peningkatan nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.762.

Dari nilai determinasi terlihat bahwa determinasi R<sup>2</sup> yang diperoleh sebesar 0,473 atau 47,3%. Artinya, terlepas dari kenyataan bahwa variabel kualitas produk dan harga sebagian besar bertanggung jawab atas variasi dalam variabel kepuasan pelanggan, 52,7% persen yang tersisa dapat dikaitkan dengan variabel lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $7.691 > 1.997$ ). Dengan demikian, H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Leny di Citra Raya.

#### **Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Leny skin care di Citra Raya**

Berdasarkan hasil persamaan regresi menghasilkan  $Y = 23.094 + 0.426X_2$ . Disini nilai konstanta sebesar 23.094, Ini menunjukkan bahwa jika variabel harga (X2) tidak ada, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 23.094, dan koefisien regresi harga (X2) adalah 0.426, yang merupakan nilai positif. Dengan kata lain, data variabel harga (X2) tidak akan berubah jika konstanta tetap, dan setiap perubahan 1-unit pada variabel harga (X2) akan menghasilkan peningkatan nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.426. Dari nilai determinasi terlihat bahwa determinasi R<sup>2</sup> yang diperoleh sebesar 0,394 atau 39,4%. Artinya, Terlepas dari kenyataan bahwa variabel kualitas produk dan harga sebagian besar bertanggung jawab atas perbedaan dalam variabel kepuasan pelanggan, variabel lain dapat bertanggung jawab atas sisa 60,6%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau ( $6.555 > 1.997$ ). Dapat disimpulkan H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Leny di Citra Raya.

#### **Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Leny skin care di Citra Raya**

Berdasarkan hasil penelitian persamaan regresi  $Y = 7.553 + 0.549X_1 + 0.252X_2$  menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk (X1) dan harga (X2). Dilihat nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> yang diperoleh sebesar 0,574 atau 57,4%. Artinya 57,4% Variabel kualitas produk dan harga bertanggung jawab atas perbedaan variabel kepuasan pelanggan; variabel lain bertanggung jawab atas sisa 42,6%. Nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau ( $43.789 > 3.14$ ). Oleh karena itu H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Leny di Citra Raya.

### **KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi menghasilkan  $Y = 8.082 + 0.762X_1$ . Disini nilai konstanta sebesar 8.082. Ini menunjukkan bahwa nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 8.082 jika variabel kualitas produk (X1) tidak ada. Koefisien regresi kualitas produk (X1) adalah 0.762, yang merupakan nilai positif. Ini menunjukkan bahwa data variabel kualitas produk (X1) tidak akan berubah jika konstanta tidak berubah, dan setiap perubahan 1-unit pada variabel kualitas produk (X1) akan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.762. Uji kualitas produk parsial (uji t) menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  7.691 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.997, yang berarti H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.



2. Berdasarkan hasil persamaan regresi menghasilkan  $Y = 23.094 + 0.426X_2$ . Disini nilai konstanta sebesar 23.094, artinya bahwa jika variabel harga ( $X_2$ ) tidak ada, maka nilai kepuasan pelanggan ( $Y$ ) adalah 23.094, dan koefisien regresi harga ( $X_2$ ) adalah 0.426, yang merupakan nilai positif, yang berarti bahwa data variabel harga ( $X_2$ ) tidak akan berubah jika konstanta tetap, dan setiap perubahan 1-unit pada variabel harga ( $X_2$ ) akan menghasilkan peningkatan nilai kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0.426. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji menunjukkan bahwa thitung 6.555 lebih besar dari ttabel 1.997, yang berarti  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Berdasarkan hasil penelitian persamaan regresi  $Y = 7.553 + 0.549X_1 + 0.252X_2$  menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Fhitung sebesar 43.789 dan Ftabel sebesar 3.14 maka ( $43.789 > 3.14$ ) dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis Uji F simultan variabel kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## REFERENSI

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 9(1), 21-30.
- Armstrong, Kotler (2019), Kualitas Produk, dasar dan konsep, Edisi 32 : Jakarta.
- Aryani Dwi, (2018) Pengaruh Kualitas dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi.
- Aslinda, A., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Cantik Dita Skincare Kec.Sangkapura Bawean-Gresik. E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 11(21), 36–49.
- Assauri, S (2017). "Manajemen Pemasaran " :Dasa, Konsep & Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Endah Rayi, Jurnal Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan" (Studi Kasus Pada Warung Makan Taman Singosari Semarang), Skripsi: Universitas Yogyakarta, 2016.
- Ghozali. (2015). Perilaku konsumen Edisi Revisi. Bandung : Resika.
- Hanif Nadia Ulfa, Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Hijab (Studi Kasus pada Toko Fidza Collection di Desa Mayangkawis Kec. Balen Bojonegoro, Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, (2016).
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. eCo-Buss, 2(1), 16-29.
- Jamalludin, Muhamamad. (2017) "Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen" Diakses Jakarta.
- Kumara, D., & Marlia, I. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt limas prima steel kota tangerang. Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, 4(4), 681-690.
- Kotler Philip, A B Susanto, (2016), "Manajemen pemasaran Indonesia", Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler Philip. (2017). "Manajemen Pemasaran ", Jilid 2, Jakarta ; PT. Macanan Jaya Cermelang.
- Kotler, P. (2017). "Manajemen Pemasaran ". Jakarta: P T Indeks.



- Kotler ,P.& Keller.(2017). "Manajemen Pemasaran", Jilid 11Edisi 12. Jakarta Erlangga.
- Palma, K. M., Hapid, H., & Wahida, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Skincare Fenny Frans terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Palopo. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(5), 2729–2737. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i5.3386>.
- Prasetio, Bambang dan Jannah, Miftahul . (2016) . Metode Penelitian Kuantitatif. Teori dan Aplikasi. Edisi 1.Jakarta:Rajawali Pers.
- Robbins,Stephen P.&Coulter.(2016). "Manajemen", Jilid 1 Edisi 13.Jakarta : Erlangga.
- Rizquyatul f, Nadia.( 2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jakarta.
- Sugiyono (2012). Metode penelitian, kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.cv.
- Sugiyono (2017). Operasional variabel, Aplikasi analisis. Edisi. 63. Jakarta.
- Sugiyono, Umar (2018). Variabel independen atau variasi bebas. Edisi 39 Bandung Alfabeta.
- Sugiyono (2018). Populasi dan Sampel.Edisi 130. Jakarta.