

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO AQUAFISH TETRA DI KOTA DEPOK

Hafidz Fidri Ramadhan¹, Hastono²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹ fidrihafidz@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ² dosen00340@unpam.ac.id

Abstract

This research aims to determine the effect of price and product quality on consumer satisfaction at the Tetra Aquafish Store in Depok City. The type of research used is quantitative research using an associative approach. The sampling technique used is probability sampling, the sampling method used is slovin. Data analysis uses regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of this research are Price (X1) and Product Quality (X2) on Consumer Satisfaction (Y) with the regression equation obtained $Y = 3.424 + 0.510 X1 + 0.655 X2$. The coefficient of determination has a simultaneous effect of 67.5. Hypothesis testing obtained a value of $T_{count} > T_{table}$ or $(10,416 > 1,291)$. This is strengthened by the value $pvalue < sig. 0.1$ or $(0.000 < 0.1)$. Thus, H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is a positive and significant influence between price and consumer satisfaction. Product quality is obtained by the value $t_{count} > t_{table}$ or $(12,151 > 1,291)$ with the value $pvalue > Sig. 0.1$ or $(0.000 > 0.1)$. Thus, H_0 is rejected and H_2 is accepted, this shows that there is a simultaneous influence between Product Quality and Consumer Satisfaction. Hypothesis testing obtained a value of $F_{count} > T_{table}$ or $(95,432 > 2,36)$, this was also confirmed by $pvalue < sig. 0.1$ or $(0.001 < 0.1)$. Thus, H_0 is rejected and H_3 is accepted, this shows that there is a simultaneous positive and significant influence between price and product quality on consumer satisfaction.

Keywords: Price; Quality; Consumer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquafish Tetra di Kota Depok. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Asosiatif. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah slovin.. Analisa data menggunakan analisis regresi, analisis kofisiensi korelasi, analisis kofisiensi determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan regresi diperoleh $Y = 3,424 + 0,510 X1 + 0,655 X2$. Koefisien Determinasi berpengaruh secara simultan sebesar 67,5. Uji Hipotesis diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(10,416 > 1,291)$ hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < sig. 0,1$ atau $(0,000 < 0,1)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(12,151 > 1,291)$ dengan nilai $pvalue > Sig. 0,1$ atau $(0,000 > 0,1)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Uji hipotesis diperoleh nilai

Fhitung>Ttabel atau (95,432>2.36), hal ini juga diperkuat dengan $p\text{value}<\text{sig}.0,1$ atau ($0,001<0,1$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga; Kualitas; kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat, persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Pada umumnya, kepuasan konsumen cenderung akan memilih bisnis usaha yang menawarkan produknya dengan harga yang relative murah. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu bisnis usaha.

Selain harga yang relatif murah, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Pelaku usaha bisnis yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik.

Serta Kepuasan Konsumen juga menjadi bahan perhatian dalam penelitian ini karna kepuasan pembeli atau konsumen sangat penting demi kemajuan atau berjalanya suatu Perusahaan untuk melihat apa yang kurang dari Perusahaan ini dan dijadikan motivasi untuk kedepanya.

Kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Jika harga dan kualitas produk lebih rendah dari pada harapan, pelanggan akan kecewa. jika ternyata sesuai harapan, pelanggan akan puas. Jika melebihi harapan, pembeli akan sangat puas. Perasaan-perasaan itu akan membuat apakah pembeli akan membeli produk tersebut dan akan membicarakan hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan tentang produk tersebut dengan

orang lain. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan harganya cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali produknya pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Toko Aquafish Tetra yang menjual produk ikan Cardinal tetra (*P. axelrodi*), ikan cardinal tetra merupakan jenis tetra yang indah yang biasa ditemukan di perairan yang berwarna coklat pekat. Ikan ini seringkali ditemukan berenang berkelompok sampai ratusan ribu ekor, dan merupakan ikan musiman di sungai Amazon. Ikan ini ditemukan pertama kali di sungai Peruvian Amazon oleh Herbert R. Axelrod tahun 1955. Daerah penyebaran adalah Amerika Selatan, yaitu dari Orinoco (Venezuela), Cardinal tetra selalu menarik perhatian orang-orang yang melihatnya, warna merah tua seperti pita berada di sepanjang setengah tubuhnya dibagian bawah dan warna biru elektrik berbentuk seperti pita menutupi bagian atas tubuh ikan cardinal tetra.

Ikan betina cardinal tetra memiliki warna yang sedikit lebih tua. Di indonesia popularitas cardinal tetra telah mengalahkan ikan neon tetra karena warnanya yang lebih mencolok. Hal ini yang membuat harga jual ikan cardinal tetra jauh lebih tinggi dibandingkan dengan ikan neon tetra. Nilai ekonomis yang tinggi menyebabkan ikan ini sangat diminati untuk dibudidayakan khususnya untuk penggemar ikan hias.

Salah satu aspek permasalahan yang dialami yaitu kegiatan pemasaran. Jarak antara pembudidaya dan konsumen dalam proses pemasaran ikan hias tidak menutup kemungkinan

menimbulkan resiko penurunan kualitas ikan hias, mengingat ikan hias yang memiliki sifat mudah rusak dan menimbulkan biaya untuk memasarkan ikan hias tersebut agar tetap hidup dan berkualitas baik sampai ke tangan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis pemasaran ikan Cardinal Tetra di Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keragaan saluran pemasaran dan menganalisis tingkat efisiensi pemasaran ikan Cardinal Tetra di Kelompok Pembudidaya Ikan Tetra Kecamatan Bojongsari, Kota Depok.

Berikutnya mengenai harga barang, dapat dikatakan hasil data di atas menyatakan bahwa Kepuasan Konsumen masih kurang atau dapat dikatakan belum terpenuhi dikarenakan ada beberapa pernyataan yang masih memiliki ulasan yang cukup rendah. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen adalah dengan menjual produk dengan harga yang sesuai dan meningkatkan Kualitas Produk.

Bersama ini penulis juga melampirkan data perbandingan Harga Toko Aquafish Tetra dengan toko lain. Berikut tabel perbandingan Harga Toko Aquafish Tetra dengan toko lain

Tabel 1.1
 Perbandingan Harga Aquafish Tetra dengan Toko Breeding Tetra Periode Tahun 2021

No	Ikan cardinal tetra		Ikan cardinal tetra	
	Toko Aquafish Tetra	Breeding Tetra	Toko Aquafish Tetra	Breeding Tetra
1	Ikan Neon Tetra	Ikan Neon Tetra	Rp. 2.000	Rp. 1.500
2	Ikan Rednose Tetra	Ikan Rednose Tetra	Rp. 1.500	Rp. 1.000
3	Ikan Green Neon Tetra	Ikan Green Neon Tetra	Rp. 4.000	Rp. 3.000
4	Ikan Neon Api Tetra	Ikan Neon Api Tetra	Rp. 1.500	Rp. 2.000
5	Ikan Glowfish Tetra	Ikan Glowfish Tetra	Rp. 1.000	Rp. 1.500
6	Ikan Lemon Tetra	Ikan Lemon Tetra	Rp. 3.000	Rp. 2.000
7	Ikan Ember Tetra	Ikan Ember Tetra	Rp. 1.500	Rp. 1.000

Sumber : Aquafish Tetra dan Breeding Tetra Periode Tahun 2021.

Berdasarkan tabel diatas setelah melakukan perbandingan harga dengan Toko Breeding Tetra dapat di lihat hasil sebagai berikut, perbandingan dari ikan neon tetra, rednose tetra dan green neon tetra lebih murah di Toko Breeding Tetra di banding Toko Aquafish Tetra, sedangkan ikan neon api tetra dan ikan glowfish tetra lebih murah di Toko Aquafish Tetra di banding Toko Breeding Tetra. Namun di ikan lemon tetra dan ikan ember

tetra lebih murah di Toko Breeding Tetra di banding Toko Aquafish Tetra.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas memberikan informasi bahwa dengan produk yang sama namun terdapat perbedaan harga yang cukup signifikan, Selain itu, ada salah satu cara untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk.

Bersama ini penulis lampirkan data yang menguraikan dari Kualitas Produk di Toko Aquafish Tetra yang mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen. Berikut lampiran hasil kuesioner pra-survey yang diisi oleh konsumen pembeli produk ikan tetra pada Toko Aquafish Tetra mengenai kualitas produk.

Tabel 1.2
 Hasil Kuisisioner Pra-Survey Mengenai Kualitas Produk Pada Toko Aquafish Tetra

No.	Pertanyaan	Jawaban (%)		Jumlah Peserta	Dalam Target %
		Ya	Tidak		
1.	Apakah spesifikasi produk yang dijual Toko Aquafish Tetra sesuai dengan selera anda ? (Kinerja / Performance)	45,1%	54,9%	30	100
2.	Apakah produk Ikan yang dijual Toko Aquafish Tetra banyak varian tipe ? (Kinerja / Performance)	51,1%	48,9%	30	100
3.	Apakah produk yang disajikan atau dijual kepada anda sesuai dengan spesifikasi yang dideskripsikan (Spesifikasi yang sesuai / Suitable Specifications)	35,4%	64,6%	30	100
4.	Apakah Toko Aquafish Tetra menawarkan produk dengan kualitas yang terjamin ? (Spesifikasi yang sesuai / Suitable Specifications)	56,5%	43,5%	30	100
5.	Apakah Toko Aquafish Tetra memiliki produk andalan untuk menarik loyalitas anda? (Keandalan Produk / Product Reliability)	40,3%	59,7%	30	100
6.	Apakah Toko Aquafish Tetra selalu menyajikan produk yang konsisten untuk pesanan anda? (Keandalan Produk / Product Reliability)	33,8%	66,2%	30	100
7.	Apakah citra Toko Aquafish Tetra sebagai sebuah perusahaan penjual Ikan untuk kelas menengah ke atas sesuai dengan pengalaman yang didapatkan? (Kesan Kualitas / Quality Impression)	44,7%	55,3%	30	100
8.	Apakah harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan? (Kesan Kualitas / Quality Impression)	41,2%	58,8%	30	100
	Rata - rata	43,51%	56,49%	30	100

Berdasarkan tabel diatas setelah melakukan pra-survey kualitas produk dari 30 responden, terkait pertanyaan indikator kinerja (performance) terlihat adanya persentase sebesar 45,1% untuk pertanyaan tentang produk yang dijual sesuai selera konsumen, dan 51,1% untuk varian tipe produk yang dijual Toko Aquafish Tetra. Terlihat juga pada persentase tentang spesifikasi yang sesuai dengan deskripsi sebesar 35,4%, dan 56,5% untuk kualitas produk yang terjamin, selain itu didapat juga persentase sebesar 40,3% untuk produk andalan dan menyajikan produk yang konsisten

untuk konsumen, selain itu, di pertanyaan tentang produk yang sesuai dengan pengalaman yang didapatkan sebesar 33,8%, untuk harga penjualan iksan menengah keatas yaitu 44,7% dan yang terakhir tentang harga yang dibayarkan sesuai dekang kualitas yang di dapatkan didapat persentase sebesar 41,2%. Berdasarkan uraian diatas, meskipun setiap indikator memiliki hasil nilai persentase yang cukup tinggi, tidak menutup kemungkinan terjadinya ketidakpuasan konsumen, untuk itu Toko Aquafish Tetra harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dijual.

Tabel 1.3
 Hasil Kuisioner Pra-Survey Mengenai
 Kepuasan Konsumen
 Pada Toko Aquafish Tetra

No.	Pertanyaan	Jawaban (%)		Jumlah Peserta	Dalam Target %
		Ya	Tidak		
1.	Saya merasa puas dengan berbagai macam produk yang tersedia ditoko aquafish tetra	51,1 %	48,9%	30	100
2.	Saya merasa puas dengan kualitas produk ditoko Aquafish tetra	45,1 %	54,9%	30	100
3.	Saya merasa puas dengan kinerja admin ditoko aquafish tetra yang tanggap dan cepat merespon konsumen bila ada pertanyaan ataupun keluhan	56,5 %	43,5%	30	100
4.	Saya merasa puas dengan pelayanan admin yang ramah dan sopan di toko aquafish tetra	33,8 %	66,2%	30	100
5.	Saya merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan di Aquafish tetra	44,7 %	55,3%	30	100
6.	Saya merasa puas dengan adanya promo pembelian produk di toko Aquafish tetra	40,3 %	59,7%	30	100
7.	Saya merasa puas berbelanja ditoko Aquafish tetra karna bisa berinteraksi secara langsung.	44,7 %	55,3%	30	100
8.	Saya merasa puas karnatoko mudah dijangkau dan mudah dalam proses pemesanannya.	41,2 %	58,8%	30	100
9.	Saya merasa puas karna produk yang di promosikan sesuai dengan keinginan konsumen	56,3 %	43,7%	30	100
10.	Saya merasa puas ikan yang disajikan menggunakan Bahasa yang sopan dan menarik.	40,0 %	60,0%	30	100
	Rata-Rata	45,37%	54,69%	30	100

Berdasarkan tabel diatas setelah melakukan pra-survey kualitas produk dari 30 responden, terkait pertanyaan Kepuasan Konsumen terlihat adanya persentase sebesar 51,1% untuk pertanyaan tentang produk yang dijual sesuai kepuasan konsumen, dan 45,1% untuk tanggapan cepat penjual yang dijual Toko Aquafish Tetra. Terlihat juga pada persentase tentang kinerja admin yang sesuai dengan deskripsi sebesar 56,5%, dan 33,8%

untuk kepuasan harga yang terjamin, selain itu didapat juga persentase sebesar 44,7% untuk promo andalan dan menyajikan produk yang konsisten untuk konsumen, 40,3%, untuk toko yang mudah dijangkau 44,7% dan yang terakhir tentang harga yang dibayarkan sesuai dekang kualitas yang di dapatkan didapat persentase sebesar 41,2%. Merasa puas karna promo yang tawarkan sesuai keinginan 56,3%, puas karna produk yang tawarkan menggunakan Bahasa yg baik dan sopan 40,0%. Berdasarkan uraian diatas, meskipun setiap indikator memiliki hasil nilai persentase yang cukup tinggi, tidak menutup kemungkinan terjadinya ketidakpuasan konsumen, untuk itu Toko Aquafish Tetra harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dijual.

Berdasarkan uraian diatas, meskipun setiap indikator memiliki hasil nilai persentase yang cukup tinggi, tidak menutup kemungkinan terjadinya ketidakpuasan konsumen, untuk itu Toko Aquafish Tetra harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dijual

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Sihotang (2020) Sumber : Journal Of Management, Accounting, Economic and Business Vol 01. No. 02. PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK PT.HNI HPAI) Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT. HNI HPAI dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan variabel harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT. HNI HPAI.

Kasanti dkk (2019) Sumber : AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurs hip, Vol. 04, Issue. 01, e- ISSN: 2477- 0574 ; p- ISSN: 2477-3824 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia Hasil perhitungan hipotesis secara parsial bahwa nilai thitung(5,726) \geq ttabel(1,981) dan nilai signifikan 0,000 \leq 0,05 sedangkan nilai thitung(2,578) \geq ttabel(1,981) dan nilai signifikan 0,011 \leq 0,05. Nilai Fhitung (20,378) \geq Ftabel sebesar (3,08) dengan tingkat signifikansi 0,000 \leq

0,05. Harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk safety merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. Paris (2020) Sumber : Bongaya Journal of Research in Management Volume 3 Nomor 2, . e- ISSN: 2615-8868 PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRAVEL Hasil penelitian menemukan bahwa harga sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, harga tiket yang di berikan lebih murah dengan pesaingnya, nilai koefisien positif pada variabel persepsi harga memberikan arti bahwa harga yang diberikan oleh JIA Travel Pammanu memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Sintya (2018), Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1778 – 1787, ISSN 2303-1174 PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTA SI GO-JEK ONLINE PADA MAHASISWA FEB UNSRAT MANADO Hasil Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Fadillah (2020), Sumber : Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan Bogor, Indonesia Vol. 1 No. 1 Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt. ramayana lestari Sentosa. Hasil dari penelitian sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel 101 di Suryakencana kota bogor dengan nilai signifikan 0,004, (2) Strategi Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel 101 di Suryakencana kota bogor dengan nilai signifikan 0,003,(3) Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel 101 di Suryakencana kota bogor dengan nilai signifikan 0,000,(4) Kualitas pelayanan,Strategi Lokasi dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan 0,000.(5) persamaan Regresi $Y=3,330+0,158X_1+0,147X_2+0,231X_3$ en yang tidak diteliti.

Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah , Rohani Fitriyani (2021), Sumber: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, Volume 3, Issue 1, 2022 E-ISSN: 2716-375X, P-ISSN: 2716-3768 MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN) Hasil dari library research ini adalah bahwa: 1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian; 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian; 3) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen; 4) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen; 5) Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.

Ayuningtyas dkk (2020), Sumber : Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, Volume 01 Issue 01, e- ISSN 2716- 0238 PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Harga, terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah Uji thitung (signifikan korelasi) untuk variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai thitung= 5,953, variabel Kualitas Produk diperoleh nilai thitung = - 0,788 variabel Harga diperoleh nilai thitung = 4,089 sementara ttabel yang diperoleh menggunakan nilai alpa ($\alpha=5\%$ diperoleh nilai sebesar = 1,664), nilai thitung variabel X1 dan X3 lebih besar dari pada nilai ttabel, H1 diterima dan H0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Oto Bento villa nusa indah, sedangkan nilai thitung variabel X2 lebih kecil daripada nilai ttabel, H1 ditolak dan H0 diterima yang artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Oto Bento villa nusa.

Rahmawati dkk (2017), Sumber : Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda, Volume 14 (1), Print ISSN: 1907- 3011 - Online ISSN: 2528- 1127 Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor Berdasarkan Uji F dan Uji t, hasil yang diperoleh

bahwa variable Harga, Kualitas Produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Alamsyah dkk (2021), Sumber: Jurnal Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Vol. 2 No. 2, E- ISSN: 2775- 2216 PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA ZAMA HOMEWEAR MALANG) Hasil penelitian menunjukkan 1) terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian, 2) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 3) terdapat pengaruh signifikan keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan, 4) terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan, 5) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, 6) terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening, 7) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Elizabeth Rahayu (2020), Sumber : Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, Vol 3, No.1, eISSN 2655-237X Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi dan saran dijelaskan pada artikel.

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021:121) hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2021:121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila di

gunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas pada model regresi di gunakan untuk menguji apakah nilai residual yang di hasilkan dari resresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P-P plot of regression standardized residual dengan uji one sample Kolmogorov Smirnov

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam regresi ini menggunakan Uji Glejser yaitu dengan meregresi nilai-nilai residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi

3) Uji multikolinieritas

Menurut Ghozali (2020:105), berpendapat bahwa Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Iqbal (2021:63) berpendapat “Regresi linear sederhana adalah regresi dimana variabel yang terlibat didalamnya hanya dua, yaitu satu variabel bebas (X), dan variabel terikat (Y)”

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2021:258) analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan

dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2021: 246) fungsi utama dari analisis korelasi adalah “untuk menentukan seberapa erat hubungan antara variabel satu dengan lainnya”.

e. Analisis Koefisien Determinasi

Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk diprediksi variasi variabel dependen Sugiyono (2021:105).

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial di maksudkan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau simultan di maksudkan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4.1
 Hasil Uji Validitas Harga (X1)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Harga (X1)				
1	Harga produk ikan cardinal tetra terjangkau.	0,667	0,1680	Valid
2	Harga produk ikan cardinal tetra mampu dibeli oleh seluruh golongan Masyarakat.	0,651	0,1680	Valid
3	Harga produk ikan cardinal tetra sesuai dengan kualitas yang ada.	0,605	0,1680	Valid
4	Harga produk ikan cardinal tetra sesuai dengan hasil yang diinginkan.	0,571	0,1680	Valid
5	Harga produk ikan rednose tetra lebih murah dibandingkan dengan produk sejenis.	0,639	0,1680	Valid
6	Harga produk ikan neon tetra yang dapat bersaing dengan produk sejenis.	0,718	0,1680	Valid
7	Harga produk ikan neon tetra sesuai dengan ukuran nya.	0,658	0,1680	Valid
8	Harga produk ikan neon tetra memiliki yang bagus dibandingkan dengan yang lain.	0,693	0,1680	Valid

Berdasarkan Tabel 4.1 pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 8 butir pernyataan pada variabel Harga (X1) semua dinyatakan valid karena r hitung > r tabel, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.

Tabel 4.2
 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Kualitas Produk (X2)				
1	Spesifikasi produk yang dijual Toko Aquafish Tetra sudah sesuai dengan preferensi konsumen.	0,706	0,1680	Valid
2	Produk ikan Toko Aquafish Tetra memiliki banyak varian tipe.	0,623	0,1680	Valid
3	Produk yang disajikan atau dijual kepada konsumen sesuai dengan spesifikasi yang dideskripsikan.	0,701	0,1680	Valid
4	Toko Aquafish Tetra menawarkan produk yang disajikan kepada konsumen dengan kualitas terjamin.	0,705	0,1680	Valid
5	Toko Aquafish Tetra memiliki produk andalan untuk menarik loyalitas konsumen.	0,680	0,1680	Valid
6	Toko Aquafish Tetra selalu menyajikan kualitas produk yang konsisten untuk setiap konsumen.	0,744	0,1680	Valid
7	Citra Toko Aquafish Tetra sebagai sebuah perusahaan penjual ikan kelas menengah ke atas sesuai dengan pengalaman yang didapatkan.	0,673	0,1680	Valid
8	Harga yang dibavarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan.	0,706	0,1680	Valid

Berdasarkan Tabel 4.2 pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 8 butir pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X2) semua dinyatakan valid karena r hitung > r tabel, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini

Tabel 4.3
 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Kepuasan Konsumen (Y)				
1	Saya merasa puas dengan berbagai macam produk yang tersedia di Toko Aquafish Tetra	0,599	0,1680	Valid
2	Saya merasa puas dengan kualitas produk di Toko Aquafish Tetra	0,625	0,1680	Valid
3	Saya merasa puas dengan kinerja admin di Toko Aquafish Tetra yang tanggap dan cepat merespon konsumen bila ada pertanyaan ataupun keluhan	0,677	0,1680	Valid
4	Saya merasa puas dengan pelayanan admin yang ramah dan sopan di Toko Aquafish Tetra	0,747	0,1680	Valid
5	Saya merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan di Aquafish Tetra	0,695	0,1680	Valid
6	Saya merasa puas dengan adanya promo pembelian produk di Toko Aquafish Tetra	0,707	0,1680	Valid
7	Saya merasa puas berbelanja di Toko Aquafish Tetra karena bisa bertransaksi secara langsung.	0,703	0,1680	Valid
8	Saya merasa puas karna toko mudah di jangkau dan mudah dalam proses pemesanannya	0,689	0,1680	Valid
9	Saya merasa puas karena produk yang dipromosikan sesuai dengan keinginan konsumen	0,765	0,1680	Valid
10	Saya merasa puas karena iklan yang disajikan menggunakan bahasa yang sopan dan menarik.	0,642	0,1680	Valid

Berdasarkan Tabel 4.3 pada hasil uji validitas di atas bahwa setiap 10 butir pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) semua dinyatakan valid karena r hitung > r tabel, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	8

Berdasarkan pada Tabel 4.4 di atas diketahui bahwa variabel Harga memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,805. Dengan demikian variabel Harga masuk dalam kategori reliabel

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	8

Berdasarkan pada Tabel 4.5 di atas diketahui bahwa variabel Kualotas Produk memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,843. Dengan demikian variabel Kualitas Produk masuk dalam kategori reliabel.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

Berdasarkan pada Tabel 4.6 di atas diketahui bahwa variabel Kepuasan Konsumen memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,872. Dengan demikian variabel Kepuasan Konsumen masuk dalam kategori reliabel

c. Uji Asumsi Klasik
 1) Uji Normalitas

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54568270
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.049
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan pengujian di atas, diperoleh nilai signifikasinya dengan Kolomogorov-Smirnov Test adalah $\alpha=0,200$ dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,050. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

2) Uji Multikolonieritas

Tabel 4. 8

Hasil Uji Multikolinieritas dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Dependen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	3.424	3.112			1.100	.274		
Harga	.501	.120	.355		4.161	.000	.487	2.055
Kualitas Produk	.655	.106	.529		6.210	.000	.487	2.055

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji dari variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 0,487 dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai VIF kedua variabel tersebut sebesar 2,055 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk tidak terjadi gejala multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 9

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glesjer

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	5.663	2.024			2.798	.006
Harga	-.066	.078	-.123		-.842	.402
Kualitas Produk	-.039	.069	-.083		-.564	.574

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan pada tabel menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas dari variabel Harga terdapat hasil signifikan $0,402 > 0,05$, variabel Kualitas Produk terdapat hasil signifikan $0,574 > 0,05$. Dan disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.16
 Uji Regresi Linear Sederhana
 Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,866	3,589		2,192	,031
	Harga	1,037	,100	,734	10,416	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 7,866 + 1,037X_1$

Tabel 4.17
 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
 Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,051	2,899		3,467	,001
	Kualitas Produk	,970	,080	,783	12,151	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 10,051 + 0,970 X_2$

Tabel 4.18
 Hasil Pengolahan Regresi Linear Berganda
 Variabel Harga(X1) dan Kualitas Produk (X2)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,424	3,112		1,100	,274
	Harga	,501	,120	,355	4,161	,000
	Kualitas Produk	,655	,106	,529	6,210	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 3,424 + 0,510 X_1 + 0,655 X_2$

Dari persamaan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 3,424 diartikan bahwa jika variabel Harga dan Kualitas Produk tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen sebesar 3,424 satuan.
- 2) Koefisien regresi Harga sebesar 0,501 artinya jika variabel independent lain

nilainya tetap dan Harga mengalami kenaikan 1, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,501. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Harga dengan Kepuasan Konsumen, semakin bagus Harga maka semakin meningkat Kepuasan Konsumen.

- 3) Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,655 artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan Kualitas Produk mengalami kenaikan 1, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,655. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen, semakin bagus Kualitas Produk maka semakin meningkat Kepuasan Konsumen.

e. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.19
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial
 Antara Variabel Harga (X1)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Harga	Kepuasan Konsumen
Harga	Pearson Correlation	1	,734
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,734	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai R sebesar 0.734, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang kuat berdasarkan pada interval 0,600-0,799.

Tabel 4.20
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial
 Antara Variabel Kualitas Produk (X2)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,783
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,783	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai R sebesar 0.783, maka dapat

disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang kuat berdasarkan pada interval 0,600-0,799

Tabel 4.21

**Hasil Koefisien Korelasi Secara Simultan
 Antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.668	2.573

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai R sebesar 0.821, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen berhubungan signifikan secara simultan yang memiliki Tingkat pengaruh atau hubungan yang sangat kuat berdasarkan pada interval 0,800-0,1000

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.22

**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial
 Antara Variabel Harga (X1)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.734 ^a	.538	.533	3.049	2.085

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh R-square (koefisien determinasi) sebesar 0.538 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 53,8%, sedangkan sisanya (100%-53,8%) = 46,2%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Tabel 4.23

**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial
 Antara Variabel Kualitas Produk (X2)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.614	.609	2.790	1.847

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh R-square (koefisien determinasi) sebesar 0.614 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 61,4%, sedangkan sisanya (100%-61,4%) = 38,6%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Tabel 4.24

**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan
 Antara Variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.821 ^a	.675	.668	2.573	2.026

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh R-square (koefisien determinasi) sebesar 0.675 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara Bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 67,5%, sedangkan sisanya (100%-67,5%) = 32,5%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4.25

**Hasil Uji t Variabel Harga (X1)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.866	3.589		2.192	.031
	Harga	1.037	.100	.734	10.416	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai thitung > ttabel atau (10.416 > 1.291) dengan Tingkat signifikansi pvalue < Sig. 0,1 atau (0.000 < 0.1). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquafish Tetra Di Kota Depok

Tabel 4.26
 Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk (X2)
 Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,051	2,899		3,467	,001
	Kualitas Produk	,970	,080	,783	12,151	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai thitung > ttabel atau (12,151 > 1,291) dengan Tingkat signifikansi pvalue < Sig. 0,1 atau (0,000 < 0,1). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquafish Tetra Di Kota Depok

Tabel 4.27
 Hasil Hipotesis (Uji F) Simultan

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1263,780	2	631,890	95,432	,000 ^b
	Residual	609,167	92	6,621		
	Total	1872,947	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai Fhitung > Ftabel atau (95,432 > 2,36), hal ini juga diperkuat dengan pvalue < Sig. 0,1 atau (0,000 < 0,1). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquafish Tetra Di Kota Depok

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang telah penulis uraikan mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aquafis tetra di kota Depok di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = 7,866 + 1,037 X_1$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,734 (kuat). Nilai koefisien determinasi sebesar

53,8%, serta nilai thitung $10,416 > ttabel$ 1,291 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,01$.

- Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = 10,051 + 0,972 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,783 (kuat). Nilai koefisien determinasi 61,4%, serta nilai thitung $12,151 > ttabel$ 1,291 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,01$.
- Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linear berganda dengan persamaan $Y = 3,424 + 0,510 X_1 + 0,655 X_2$. Nilai korelasi variabel Harga (X1) dan Kualitas produk (X2) sebesar 0,821 tingkat hubungan antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan yang memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang sangat kuat berdasarkan variable $0,800 - 0,1000$. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,675 memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 67,5%. Nilai Fhitung $95,432 > Ftabel$ 2,36 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$.

DAFTAR PUSTAKA

- (Fauzan & Rohman, 2020) Adisaputro (2017). (2019). Kepuasan Pelanggan Terhadap. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 7(1), 85–95.
- Bakery, M., Shop, C., & Yamin, C. H. M. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. Jurnal Keuangan & Bisnis, 2(March 2010), 71–87.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki. Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 9(2), 1–193. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i2.56>
- Ghozali, I. (2020). Aplikasi Analisis Mutliffariate dengan program IBM SPSS 25 .Semarang: Universitas Diponegoro.
- Herminal, T., & Pauzi, I. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT . Maju Jaya Cicaheum Bandung. Jurnal Wacana Ekonomi, 16(02), 081–089.

- [6] Napitupulu, F. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 54.
- [7] Nimas Aurahusna, & Maskan, M. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UKM Hawawe Cake dan Bakery di Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 13–16.
- [8] Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113. [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)
- [9] Pt, I., & Bandung, T. (2020). Data Keluhan IndiHome 2018 & 2019. 6(2), 1229–1238.
- [10] Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- [11] Rahmawati., D. A., & Sigit Prihanto Utomo. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(1), 242–248
- [12] Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.