

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MOUTHWASH LISTERINE PT ALVA KARYA PERKASA (STUDI KASUS SUPERMARKET AREA BOGOR)

Purwanti<sup>1</sup>, Desi Agustiani<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1,  
Pamulang, Indonesia, 15415

E-mail: dosen02578@unpam.ac.id<sup>1</sup>

### Abstract

*This study aims to determine the effect of price and product quality on customer satisfaction in PT. Alva Karya Perkasa (Bogor area supermarket case study). The research method used is quantitative. The population in this study was all customers of Listerin Mouthwash products using a saturated sample of 100 respondents from 32 store. The data analysis method uses simple linear regression tests, multiple linear regression, correlation coefficients, determination coefficients, partial t tests and simultaneous F tests. The results of the multiple linear test obtained the equation  $Y = 3.637 + 0.109X_1 + 0.441X_2$ , show that there is a positive and significant influence of price (X1) and product quality (X2) on customer satisfaction (Y). The value of the correlation coefficient obtained at 0.837 is in the interval 0.80-1.00, meaning that the variables price (X1) and product quality (X2) have a very strong level of relationship to customer satisfaction (Y). The value of the R square coefficient of determination of 0.700 means that the price and product quality variables simulatively contribute to the customer satisfaction variable by 70%, the remaining 30% is influenced by other variables that are not studied. Based on the T test, the calculated value of  $t_{table} > (2.523 > 1.984)$  and sig 0.03 ( $0.04 < 0.05$ ) means that there is an effect of price on customer satisfaction. Based on the T test, the calculated value of  $t_{table} > (2.615 > 1.984)$  and sig 0.00 ( $0.00 < 0.05$ ) means that there is an influence of product quality on customer satisfaction. The F test results obtained  $F_{calculate} > F_{table}$  values ( $113.270 > 3.09$ ) and sig 0.000 ( $0.00 < 0.05$ ) meaning that there is an influence of price and product quality on customer satisfaction in PT. Alva Mighty Works.*

**Keywords:** Price; Product Quality; Customer Satisfaction

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Mouthwash Listerin PT. Alva Karya Perkasa (Studi kasus supermarket area Bogor). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh pelanggan produk Mouthwash Listerin menggunakan sampel jenuh sebanyak 100 pelanggan dari 32 toko. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F simultan. Hasil uji linier berganda diperoleh persamaan  $Y = 3,637 + 0,109X_1 + 0,441X_2$ , menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,837 berada pada interval 0,80-1,00 artinya variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,700 artinya variabel harga dan kualitas produk secara simulkan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 70%, sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji T diperoleh nilai thitung  $>$  ttable ( $2,523 > 1,984$ ) dan sig 0,03 ( $0,04 < 0,05$ ) artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji T diperoleh nilai thitung  $>$  tabel ( $2,615 > 1,984$ ) dan sig 0,00 ( $0,00 < 0,05$ ) artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F diperoleh nilai Fhitung  $>$  Ftabel ( $113,270 > 3,09$ ) dan sig 0,000 ( $0,00 < 0,05$ ) artinya

terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Moutwash Listerin PT. Alva Karya Perkasa.

**Kata Kunci :** Harga; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan

## 1. PENDAHULUAN

Mouthwash Listerine merupakan salah satu produk yang dipegang oleh PT. Alva Karya Perkasa, sebagai pemimpin kategori dengan menciptakan berbagai inovasi produk melalui brand Listerine yang memberikan pengalaman rasa untuk semua selera dan membantu konsumen menikmati kesegaran pembersih mulut yang sehat, dan berkualitas. Nama "Listerine" yang memiliki slogan "Jaga Mulut Sepenuhnya", sesuai dengan perannya dalam memberikan kesegaran dan kebersihan mulut. Salah satu tujuan dari setiap perusahaan adalah menciptakan pangsa pasar dan mendapatkan konsumen. Untuk itu setiap perusahaan menghadapi beberapa permasalahan karena saat ini konsumen mengalami beraneka ragam pilihan produk. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, konsumen akan melakukan pembelian. Sebelum melakukan pembelian, konsumen melalui proses pembelian.

Pembeli merupakan salah satu konsumen yang banyak membeli Mouthwash Listerine yang telah banyak beredar di masyarakat. Mouthwash Listerine dapat diperoleh di berbagai tempat, mulai dari supemarket, toko- toko kecil hingga warung, di kota Bogor. Listerine menjadi pelopor obat kumur pertama di Indonesia dan menjadi yang terbaik di kategori perawatan mulut, sehingga kualitas Listerine sangat di jaga agar tetap memberikan yang terbaik bagi para penggunanya, selain kualitas harga menjadi penentu bagaimana produk ini masih bisa memimpin pasar Mouthwash di Indonesia walaupun sudah banyak sekali merek mouthwash yang hadir di pasar indonesia memberikan warna dan juga persaingan yang semakin ketat bagi para produsen untuk berlomba memberikan kualitas dan harga terbaik bagi para konsumen nya.

Salah satu tujuan dari setiap perusahaan adalah menciptakan pangsa pasar dan mendapatkan pelanggan. Untuk itu setiap perusahaan menghadapi beberapa permasalahan karena saat ini pembeli mengalami beraneka ragam pilihan produk. Dalam memenuhi

kebutuhan dan keinginan, konsumen akan melakukan pembelian. Sebelum melakukan pembelian, konsumen melalui proses pembelian.

Salah satu cara memenangkan persaingan adalah dengan berusaha mempertahankan pelanggan yang ada, karena mencari pelanggan yang baru membutuhkan biaya yang lebih besar daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Kepuasan ini dapat dirasakan oleh pelanggan apabila pelayanan dan kepercayaan terhadap barang yang di beli maka pelanggan akan merasa nyaman dan tidak akan mudah pergi apabila faktor tersebut tidak sesuai kebutuhan pelanggan. Apabila pelanggan puas pada pembelian pertama akan membeli secara berulang-ulang pada perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan terhadap suatu barang yang dibeli dan memberikan arti penting dalam penggunaannya sehari-hari.

Tabel I. Harga Mouthwash Listerine Varian 250ml VS Produk Kompetitor di Supermarket Area Bogor

No	Nama Produk	Harga Listerine	Nama Produk Kompetitor	Varian (ML)	Harga Total Care
1	Listerine Coolmint	Rp 25,500	Total Care Coolmint	250	Rp 17,500
2	Listerine Zero	Rp 23,950	Total Care Sensitive	250	Rp 16,250
3	Listerine Fresh Brush	Rp 22,450	Total Care Ecalyptus Mint	250	Rp 15,900
4	Listerine Original	Rp 24,900	Total Care Lemon Herbal	250	Rp 17,200

Sumber : Data diolah peneliti 2023

Harga Listerine cukup mahal dibanding dengan produk kompetitor. Harga sering kali dianggap sebagai indikator nilai, bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan pelanggan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Sama halnya dengan tingkat harga tertentu, nilai suatu barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Dalam usahanya memasarkan barang atau jasa perusahaan perlu menetapkan harga yang tepat.

Keluhan atau complaint adalah perilaku konsumen yang disebabkan kekecewaan terhadap barang atau jasa yang digunakan, baik itu perusahaan jasa maupun barang pasti pernah mengalami keluhan konsumen. Namun terkadang perusahaan kurang mengerti mengenai keluhan konsumen padahal keluhan konsumen adalah hal yang penting, ada beberapa keluhan yang sering didengar dari produk Listerine yaitu:

Tabel II. Keluhan Konsumen

No	Indikator	Keluhan Pelanggan	Deskripsi Keluhan Pelanggan
1	Harga (X1)	Harga Listerine	Harga yang jauh lebih mahal dari produk kompetitor dan promo Listerine yang tidak sesering produk kompetitor.
2	Kualitas Produk (X2)	Tutup Botol	Tutup botol Listerine yang susah dibuka atau terlalu keras pada saat membuka tutup botol pada saat penggunaan.
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Rasa Listerin	Bagi konsumen yang pertama kali menggunakan Listerine akan merasakan rasa yang pedas pada saat penggunaan yang membuat rongga mulut terasa tidak nyaman, karena rasa yang terlalu strong.

Sumber : Dibuat oleh peneliti 2023

Maka kepuasan pelanggan terhadap produk Listerine sangat berpengaruh terhadap kepuasan dari pelanggan nya, di tambah dengan harga yang bersaing dengan merek sejenis membuat penjualan Listerine seharusnya di posisi yang menguntungkan.

Berdasarkan data penjualan Listerine 250ml dari 32 supermarket di area bogor, pada tahun 2022 penjualan Listerine mengalami penurunan yang cukup pesat, pada bulan february sampai dengan Mei penjualan mengalami penurunan yang cukup besar dari Rp. 446.898.963 sampai dengan Rp. 246.497. 027 yang artinya penjualan menurut sebesar 27% dari bulan sebelumnya dan mengalami kenaikan kembali pada bulan Juni-September tahun 2022 dan mengalami penurunan kembali pada bulan Oktober sampai dengan Desember tahun 2022. Maka dari data penjualan yang naik turun setiap bulan dalam jangka satu tahun, terlihat bahwa kepuasan pelanggan pada produk Mouthwash Listerine cukup berpengaruh. Sehingga penelitian ini mengenai seberapa berpengaruh kualitas dan harga dari produk Listerine terhadap kepuasan pelanggan nya.

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Berikut ulasan terakiait beberapa penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu :

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizal Wahyu Kusuma (2015) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen Vol.4 No.12 Hal.1-10 Penelitian ini sama-sama menggunakan harga, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel alin motor semarang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Pardede (2015) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Mediasi Keputusan Pembelian Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.10, No.1 Hal.55- 79 Penelitian ini sama-sama menggunakan harga, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1). Persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Persepsi harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, 3). Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, 4). Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, 5). Kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, 6). Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yang memediasi persepsi harga dan kualitas produk.

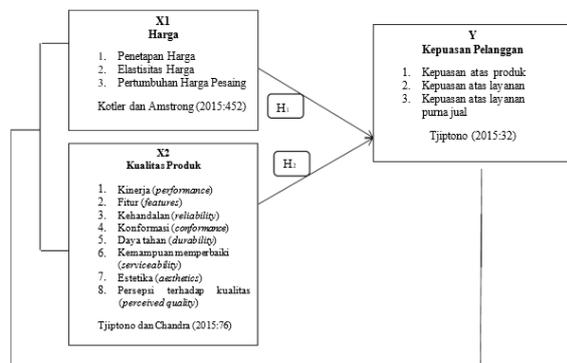
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hana Ofela (2016) Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kebab Kingbi Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vo.5, No.1, Hal.1-10 Penelitian ini sama-sama menggunakan Harga, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan Kebab King Abi Surabaya. Dan dalam penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

### Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran teoritis yang disajikan menjelaskan bahwa ada variabel yang akan dianalisis pengaruhnya terhadap pelanggan Mouthwash Listerine di supermarket bogor, yaitu variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) yang disebut sebagai variabel independen, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang disebut sebagai variabel dependent. Dari dua variabel tersebut akan diteliti untuk mengetahui apakah selama ini Harga dan Kualitas Produk yang diberikan oleh perusahaan telah sesuai dengan yang diharapkan, sehingga pelanggan menjadi puas.

Berdasarkan atas rumusan masalah yang memfokuskan pada pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, maka dalam penelitian penulis menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gbr 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir di atas dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki dua variabel bebas (Harga, dan Kualitas Produk) dan satu variabel terikat (Kepuasan Pelanggan). Kerangka berpikir ini digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun secara simultan. Pengaruh secara parsial adalah pengaruh Harga dan Kualitas Produk

terhadap kepuasan pelanggan produk Mouthwash Listerine.

Sedangkan pengaruh secara simultan yaitu di mana harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan produk Mouthwash Listerine.

Hubungan antara Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Keterangan :

X1 : Harga (Variabel Independent)

X2 : Kualitas Produk (Variabel Independent)

Y :Kepuasan Pelanggan (Variabel Dependent)

H1 : Hubungan X1 dengan Y

H2 : Hubungan X2 dengan Y

H3 : Hubungan X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y

### 3. METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni analisis dengan menggunakan rumus-rumus statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan. Menurut Sugiyono (2016:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positif, 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 ditetapkan.

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Alva Karya Perkasa yang beralamat di Jl.utan kayu raya no. 68D rt.12 rw 6, utan kayu utara, kec.matraman, kota jakarta timur, daerah khusus ibukota jakarta 13120. Pengambilan data penelitian ini membutuhkan waktu dari bulan September 2022 , hingga tercukupi kebutuhan data dan data informasi.

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Alva Karya Perkasa sebanyak 100 responden dari 32 toko.

Menurut Sugiyono (2014:118) Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Maka dari itu, Penulis memilih sampel menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden dari 32 toko.

#### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan membuat link pertanyaan (kuesioner) yang dimana nantinya akan diberikan kepada seluruh responden. Link pertanyaan berisi persepsi responden mengenai harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dirasakan dan diharapkan oleh responden.

#### Teknik Analisa Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan perwakilan karyawan pelanggan produk Mouthwash Listerine PT Alva Karya Perkasa dengan jumlah 100 responden, masing-masing karakteristik responden adalah sebagai berikut:

- Responden perwakilan karyawan toko dan konsumen yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45 orang atau 45%, dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 55 orang atau 55%.
- Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SLTA adalah sebanyak 23 orang atau 23%, dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma sebanyak 47 orang atau 47%, dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1) sebanyak 30 orang atau 30%, dengan tingkat pendidikan terakhir S2 dan S3 tidak ada.
- Responden berdasarkan lokasi toko. Toko area Bogor Barat yang berjumlah 55 responden dengan persentase sebesar 55%, dan Toko Bogor Selatan berjumlah 45 responden dengan persentase 45%.

- Responden berdasarkan lama bergabung > 5 Tahun sebanyak 55 responden atau 55%, dengan rentan > 10 Tahun yaitu 45 responden atau 45%.

#### Uji Validitas

Tabel III. Hasil Uji Validitas Data Harga (X1)

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Butiran Pertanyaan 1	0.395	0.361	Valid
2	Butiran Pertanyaan 2	0.625	0.361	Valid
3	Butiran Pertanyaan 3	0.588	0.361	Valid
4	Butiran Pertanyaan 4	0.612	0.361	Valid
5	Butiran Pertanyaan 5	0.687	0.361	Valid
6	Butiran Pertanyaan 6	0.577	0.361	Valid
7	Butiran Pertanyaan 7	0.77	0.361	Valid
8	Butiran Pertanyaan 8	0.708	0.361	Valid
9	Butiran Pertanyaan 9	0.673	0.361	Valid
10	Butiran Pertanyaan 10	0.643	0.361	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti 2023

Tabel IV. Hasil Uji Validitas Data Kualitas Produk (X2)

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Butiran Pertanyaan 1	0.76	0.361	Valid
2	Butiran Pertanyaan 2	0.681	0.361	Valid
3	Butiran Pertanyaan 3	0.817	0.361	Valid
4	Butiran Pertanyaan 4	0.892	0.361	Valid
5	Butiran Pertanyaan 5	0.577	0.361	Valid
6	Butiran Pertanyaan 6	0.77	0.361	Valid
7	Butiran Pertanyaan 7	0.708	0.361	Valid
8	Butiran Pertanyaan 8	0.643	0.361	Valid
9	Butiran Pertanyaan 9	0.572	0.361	Valid
10	Butiran Pertanyaan 10	0.784	0.361	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti 2023 |

Tabel V. Hasil Uji Validitas Data Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Butiran Pertanyaan 1	0.614	0.361	Valid
2	Butiran Pertanyaan 2	0.702	0.361	Valid
3	Butiran Pertanyaan 3	0.76	0.361	Valid
4	Butiran Pertanyaan 4	0.681	0.361	Valid
5	Butiran Pertanyaan 5	0.817	0.361	Valid
6	Butiran Pertanyaan 6	0.892	0.361	Valid
7	Butiran Pertanyaan 7	0.828	0.361	Valid
8	Butiran Pertanyaan 8	0.786	0.361	Valid
9	Butiran Pertanyaan 9	0.772	0.361	Valid
10	Butiran Pertanyaan 10	0.636	0.361	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti 2023

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari sepuluh pernyataan variabel Harga (X1), Data Kualitas Produk (X2), dan Data Kepuasan Pelanggan (Y) dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan Valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel VI. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Harga	0,816	0,600	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,843	0,600	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,812	0,600	Reliabel

Sumber : SPSS 22; diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan tabel diatas semua item pernyataan pada penelitian ini dinyatakan reliable. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung lebih besar r standar 0,60. Dengan demikian semua kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

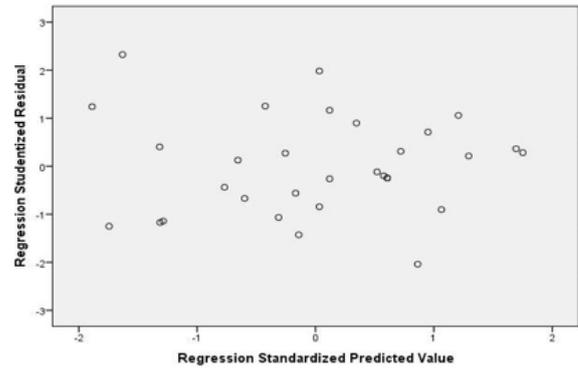
Tabel VII. Hasil Uji Multikolinearitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,00868519
Most Extreme Differences	Absolute	,147
	Positive	,078
	Negative	-,147
Test Statistic		,147
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Output SPSS 22

Pada tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil output dengan uji Kolmogorov-Smirnov memiliki model regresi yang baik, karena nilai signifikan lebih besar yaitu  $0,060 > 0,05$  dan dapat diinterpretasikan bahwa data berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 22, 2023

Gbr 2. Grafik Scatter Plot

Berdasarkan gambar grafik scatterplot di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka (0) nol pada sumbu Y, maka dapat diinterpretasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk memprediksi pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel VIII. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,637	3,161		1,683	,096	
	Harga	,109	,071	,129	2,523	,003	,434 2,306

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas jika dimasukkan dalam persamaan regresi, maka hasilnya dapat dilihat dalam persamaan berikut ini:

$$Y = 3,637 + 0,109X_1$$

Dari persamaan tersebut harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan ini dapat dilihat nilai b1 sebesar 0,109 dengan nilai positif. yang artinya setiap peningkatan harga sebesar 1 kali maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,109 dengan konstanta 3,637.

Tabel IX. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,463	3,161		1,683	,096	
	Kualitas Produk	,441	,051	,736	2,615	,000	,434 2,306

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas jika dimasukkan dalam persamaan regresi, maka hasilnya dapat dilihat dalam persamaan berikut ini:

$$Y = 4,463 + 0,441X_2$$

Dari persamaan tersebut kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan ini dapat dilihat nilai  $b_2$  sebesar 0,441 dengan nilai positif, yang artinya setiap penurunan kualitas produk sebesar 1 kali akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,441 poin pada konstanta 4,463.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel X. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	3,637	3,161		1,683	,096			
Harga	,109	,071	,129	2,523	,003	,434	2,306	
Kualitas Produk	,441	,051	,736	2,615	,000	,434	2,306	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas, persamaan regresi tersebut nilai konstanta (a) sebesar 3,637,  $b_1 = 0,109$  dan  $b_2 = 0,441$  Apabila nilai tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi maka hasilnya adalah  $Y = 3,637 + 0,109X_1 + 0,441X_2 + e$  dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,637 yang menunjukan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk jika nilainya 0 maka Kepuasan Pelanggan memiliki tingkat sebesar 3,637.
2. Nilai koefisien Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,109 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Harga sebesar 1 kali maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,109 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
3. Nilai Koefisien Kualitas Produk ( $X_2$ ) sebesar 0,441 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap penurunan Kualitas Produk sebesar 1 kali, maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,441 dengan asumsi variabel yang lain tetap.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Tabel XI. Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	3,637	3,161		1,683	,096			
Harga	,109	,071	,129	2,523	,003	,434	2,306	
Kualitas Produk	,441	,051	,736	2,615	,000	,434	2,306	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS 22

Dari tabel di atas menghasilkan interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai thitung variabel Harga 2,161 dan ttabel sebesar 1,984. Maka hasil thitung 3,161 > dari nilai ttabel 2,523. Nilai signifikan  $0,003 < 0,05$  yang berarti bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka  $H_1$  di terima.
2. Nilai thitung variabel Kualitas Produk 2,615 dan ttabel sebesar 1,984. Maka Hasil thitung 2,615 > dari nilai ttabel 1,984. Nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  berarti bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka  $H_2$  diterima.

### Uji Simultan (Uji F)

Tabel XII. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	895,098	2	447,549	113,270	,000 <sup>b</sup>
	Residual	383,262	97	3,951		
	Total	1,278,360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai Fhitung 113,270 > nilai Ftabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### Pembahasan

#### Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji diatas harga terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linier sederhana  $Y = 3,637 + 0,109X_1$ . Persamaan tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif `variable harga terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan tersebut artinya jika variable Harga ( $X_1$ ) bernilai positif 0,109 yang artinya setiap penambahan 1 poin Harga akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,109 poin pada konstanta 3,637. Berdasarkan hasil uji kolerasi R adalah 0,837. Nilai ini berada dikisaran nilai 0.800-1.000 yang berarti pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan berada pada

kategori sangat kuat dan hasil uji determinasi R Square sebesar 0,700 yang artinya kepuasan pelanggan sebesar 70% di pengaruhi oleh harga dan sisanya 30% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Selanjutnya berdasarkan hasil uji t diatas harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan thitung 2,523 > dari nilai t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi 0,03 < 0,05. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga ikut menjelaskan bahwa harga pada produk Mouthwash di Bogor tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi 0,837 berkisar diangka 0,800 – 1,000 artinya hubungannya dikategorikan dalam hubungan yang sangat kuat.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil uji diatas kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linier sederhana  $Y = 3,637 + 0,441X_2$ . Persamaan tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif `variable kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan tersebut artinya jika variable kualitas produk (X2) bernilai positif sebesar 0,441 yang artinya setiap penambahan 1 poin harga produk, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,441 poin konstanta 3.637. Penelitian diatas juga menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji kolerasi R adalah 0,837. Nilai ini berada dikisaran nilai 0,800- 1,000 yang berarti pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berada pada kategori sangat kuat dan hasil uji determinasi R Square sebesar 0,700 yang artinya kepuasan pelanggan sebesar 70% di pengaruhi oleh harga dan sisanya 30% di pengaruhi oleh faktor- faktor yang lain diluar. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung 2.615 > dari nilai t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang

menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  $Y = 3,637 + 0,109X_1 + 0,441X_2$  Hal ini ditunjukkan dengan uji kofisien korelasi bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan R sebesar 0,837 yang artinya bahwa variable harga dan kualitas produk memiliki pengaruh dengan kategori sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu uji F membuktikan dengan nilai Fhitung 113,270 > nilai Ftabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien sebesar 0,700 ini berada dikisaran nilai 0,800- 1,000 yang berarti adanya hubungan harga (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini juga dibuktikan dengan uji koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 0,700 artinya bahwa harga dan kualitas produk memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70% dan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai thitung 2,523 > dari nilai t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05 dan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai sebesar 70% dan sisanya 30%. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- b. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan uji t nilai t hitung 2,615 > dari

nilai t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai sebesar 70% dan sisanya 30%. Dengan Demikian Ho ditolak dan H2 diterima.

- c. Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan uji F dengan nilai F hitung  $113,270 >$  nilai F tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  hasil uji koefisien determinasi dengan nilai sebesar 70% dan sisanya 30%. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

- [13] Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta; C.V Andi Offset.  
[14] Triyadi, Triyadi, Rizka Wahyuni Amelia, and Abdul Khoir. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro." *Jurnal Ekonomi Efektif* 3.4 (2021): 509.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Afandi, P. 2018. Manajemen (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.  
[2] Alma. 2015. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung; Alfabeta. Bangun. 2017. Manfaat Manajemen, Jakarta: Erlangga.  
[3] Ariyanto, Aris, Ivantan Ivantan, and Purwanti Purwanti. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang)." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6.2 (2022): 668-678.  
[4] George R. Terry. 2018. Manajemen, PT Bumi Aksara, Jakarta.  
[5] Hasan, A. 2013. Pemasaran. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Jakarta.  
[6] Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.  
[7] Hasibuan. 2016. Unu-Unsur Manajemen. Jakarta : PT Bumi. Hasibuan. 2012. Tujuan Manajemen. Jakarta: PT Bumi Aksara.  
[8] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.  
[9] Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia  
[10] Lupiyoadi dan Hamdani. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat  
[11] M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika-Ed.1. 2018. Pengantar Manajemen, Yogyakarta.  
[12] Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. Marketing Managemen t: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.