

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK PT DUA KELINCI DI BANJARMASIN**

**Rika Sylvia<sup>1</sup>**  
**Penta lestarini budiati<sup>2</sup>**  
**Eka Syafitri<sup>3</sup>**  
**rikasyvias@gmail.com**

**STIE NASIONAL BANJARMASIN**

*Abstract,*

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction at PT Dua Kelinci products in Banjarmasin either partially or simultaneously.*

*The type of research used is descriptive quantitative. The population in this study were customers of PT Dua Kelinci's products in Banjarmasin with a total sample of 86 customers. Analysis of the data in the study using multiple linear regression method with the help of SPSS version 22.0 application.*

*The results of this study based on multiple linear regression analysis  $Y = -0.334 + 0.174X_1 + 0.398X_2$ , that the product quality and price variables have a positive influence on customer satisfaction at PT Dua Kelinci products in Banjarmasin. The results of the t-test calculation, which says there is a partially significant effect of product quality components ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) on customer satisfaction of PT Dua Kelinci's products in Banjarmasin ( $Y$ ). The results of the F test calculation, there is a simultaneous significant effect between product quality ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) on customer satisfaction of PT Dua Kelinci's products in Banjarmasin ( $Y$ ). The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) produced is 0.664. This means that 66.4% changes in the customer satisfaction variable for PT Dua Kelinci's products in Banjarmasin ( $Y$ ) can be explained by changes in product quality ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) variables, while the remaining 33.6% is explained by other variables not included in the study.*

*Keyword: Product Quality, Price, and Customer Satisfaction*

*Abstrak,*

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin baik secara parsial maupun simultan.*

*Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin dengan jumlah sampel 86 pelanggan.*

Analisis data dalam penelitian menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22.0.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis regresi linier berganda  $Y = -0,334 + 0,174X_1 + 0,398X_2$ , bahwa variabel kualitas produk dan harga tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Hasil perhitungan uji t, yang mengatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari komponen kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ( $Y$ ). Hasil perhitungan uji F, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan adalah 0,664. Hal ini berarti sebesar 66,4% perubahan variabel kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sedangkan sisanya sebesar 33,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan

## LATAR BELAKANG

Banyaknya pelaku pasar yang bersaing di industri kacang bermerek akan menambah pilihan kepada konsumen untuk cerdas dalam memilih penggunaan produk guna memenuhi kebutuhannya dan konsumen semakin dimanjakan atas berbagai pilihan produk yang ada. Akibatnya konsumen akan diuntungkan, inilah salah satu sebab mengapa setiap perusahaan perlu memiliki kualitas dalam membangun produknya, perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci

untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu mementingkan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanan lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal baru (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, sejumlah nilai-nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat atau memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kualitas produk yang diduga belum terpenuhi secara maksimal dan harga yang ditawarkan terus naik dari waktu ke waktu juga akan berdampak kepada kondisi kepuasan pelanggan PT Dua Kelinci di Banjarmasin, yaitu pelanggan akan mencari produk lain yang mampu memberikan kualitas produk yang bisa memenuhi harapan mereka dan harga yang relatif murah., dengan kondisi tersebut akan berakibat pada penurunan keuntungan karena jumlah konsumen yang membeli produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ini akan mengalami penurunan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Dua Kelinci di Banjarmasin, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan

pelanggan pada PT Dua Kelinci di Banjarmasin, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Dua Kelinci di Banjarmasin secara simultan.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016), dimensi kualitas produk terbagi menjadi sembilan dimensi, yaitu :

#### a)Fitur (*Features*)

Berbagai produk yang beredar ditawarkan dengan bermacam-macam fitur yang melengkapi fungsi dasarnya. Perusahaan dapat mengidentifikasi dan memilih fitur baru yang sesuai dengan pembeli baru dan kemudian menghitung nilai pelanggan dibandingkan dengan biaya perusahaan untuk setiap fitur potensial.

#### b) Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)

Berbagai produk yang beredar berada di salah satu dari 4 tingkat kinerja yaitu : rendah, rata-rata, tinggi atau unggul. Kualitas kinerja adalah sebuah tingkatan dimana karakteristik utama dari produk beroperasi. Kualitas semakin penting

untuk menjadi pembeda karena perusahaan mengadopsi model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan biaya yang lebih sedikit.

c) Bentuk (*Form*)

Banyak produk dapat dibedakan dalam bentuk, ukuran atau struktur fisik suatu produk.

Meskipun pada dasarnya merupakan komoditas namun dibedakan berdasarkan ukuran, dosis, warna, bentuk, pelapisan atau waktu tindakan.

d) Daya Tahan (*Durability*)

Ukuran dari masa pakai produk yang diharapkan dalam kondisi alami atau penuh tekanan, sebuah atribut yang dihargai untuk kendaraan, peralatan dapur, dan barang tahan lama lainnya. Namun, harga ekstra untuk daya tahan tidak boleh berlebihan dan produk juga tidak boleh kadaluwarsa dengan teknologi yang cepat seperti komputer pribadi, televisi dan ponsel.

e) Kesesuaian Kualitas (*Conformance Quality*)

Pembeli mengharapkan kesesuaian kualitas yang tinggi, sejauh mana semua produk yang diproduksi

identik dan memenuhi spesifikasi yang telah dijanjikan.

f) Gaya (*Style*)

Gaya menggambarkan tampilan dan nuansa produk kepada pembeli dan menciptakan khas tersendiri yang tidak mudah untuk ditiru oleh pesaing dari produk tersebut.

g) Keandalan (*Reliability*)

Pembeli biasanya akan membayar harga untuk produk yang lebih andal. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa suatu produk tidak akan mengalami kegagalan fungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.

h) Penyesuaian (*Customization*)

Kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan setiap pelanggan, serta menyiapkan produk, jasa, program dan komunikasi yang berbasis manual yang dirancang individu.

i) Kemudahan dalam Perbaikan (*Repairability*)

Merupakan kemudahan produk untuk diperbaiki apabila produk mengalami kegagalan fungsi. Idealnya ketika suatu produk mengalami kegagalan fungsi, pembeli produk tersebut tidak mengalami kesulitan ketika hendak

melakukan perbaikan pada produk tersebut.

Dimensi kualitas produk ini mempunyai peranan penting untuk mengetahui kualitas dari produk yang diproduksi perusahaan sehingga dapat diketahui sejauh mana kualitas produk dapat dicapai. Adapun penelitian ini hanya menggunakan empat dimensi, yaitu: fitur, kualitas bahan baku, daya tahan, dan gaya.

### **Harga**

Menurut Kotler dalam Amilia dan Asmara (2017), ada empat dimensi harga yaitu sebagai berikut :

a) Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produk baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.

c) Daya saing harga

Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat  
Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2008) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu :

a) *Price* (Harga)

Pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

b) *Service Quality* (Kualitas Layanan)

*Service quality* sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembinaan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.

c) *Product Quality* (Kualitas Produk)

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.

d) *Emotional Factor* (Faktor Emosional)

Emotional Factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

e) *Efficiency* (Kemudahan)

Kemudahan dalam memperoleh produk dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien

dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

Hipotesis

H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dua Kelinci di Banjarmasin

H2 : Diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dua Kelinci di Banjarmasin

H3 : Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dua Kelinci di Banjarmasin

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu metode ini yang bertujuan untuk membuat gambaran tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin yang berjumlah 86 pelanggan. Menurut Arikunto (2006), jika populasi lebih dari 100 maka sampel yang diambil adalah minimum 10%-15% atau

20%-25%, tetapi jika jumlah populasi kurang dari 100 maka sampel yang diambil seluruh jumlah populasi tersebut. Sehingga sampel yang diambil adalah seluruh jumlah populasi yaitu 86 pelanggan.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan karyawan dan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh, berupa data penjualan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas

Uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini ditujukan pada 86 responden dengan taraf signifikansi 5%, dengan  $n=86$ ,  $df = n-2$ , atau dalam penelitian ini  $df = 86-2 = 84$  dan  $\alpha = 0,05$  maka didapat  $r_{tabel} = 0,2120$ . Dengan nilai signifikan 0,05 atau 5%. Hasil pengujian validitas yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS for windows versi 22.0* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas produk (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,722	0,212	Valid
	X1.2	0,644	0,212	Valid
	X1.3	0,612	0,212	Valid
	X1.4	0,66	0,212	Valid
	X1.5	0,683	0,212	Valid
	X1.6	0,595	0,212	Valid
Harga Produk (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,724	0,212	Valid
	X2.2	0,755	0,212	Valid
	X2.3	0,66	0,212	Valid
	X2.4	0,776	0,212	Valid
	X2.5	0,682	0,212	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,721	0,212	Valid
	Y2	0,799	0,212	Valid
	Y3	0,704	0,212	Valid

Sumber: Data di olah, 2021

Seperti terlihat pada tabel 1 ternyata koefisien korelasi dari semua butir pernyataan memiliki nilai r hitung di atas ( $r_{tabel} = 0,2120$ ), sehingga semua butir instrumen pernyataan dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai

Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,60, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cornbach's Alpha	Alpha Standar	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,779	0,60	Reliabel
Harga Produk (X <sub>2</sub> )	0,801	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,836	0,60	Reliabel

**Sumber: Data di olah, 2021**

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,60, maka semua butir pernyataan dalam variabel penelitian adalah Reliabel, sehingga butir-butir pernyataan dalam variabel penelitian dapat digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Pengujian ini digunakan uji t. Dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel, jika memiliki nilai thitung > nilai ttabel maka dinyatakan variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pelanggan (Y) produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

Dan sebaliknya jika nilai thitung < nilai ttabel maka dinyatakan variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2)

secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Adapun hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 yaitu:

**Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.334	1.009		-.331	.741
	TOTAL_X1	.174	.057	.287	3.054	.003
	TOTAL_X2	.398	.064	.584	6.223	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

**Sumber: Data di olah,2021**

**Kualitas Produk (X1)**

Tingkat  $\alpha$  5% dan derajat kebebasan (dk) = n-3 (dimana n=86) maka  $86-3=83$ . Karena menggunakan uji 2 arah, maka  $\alpha/2$  ( $5\%/2$ ) = 2,5% dan diperoleh t tabel (83:2,5%) sebesar 1,988. Berdasarkan hasil analisis diperoleh thitung sebesar 3,054 dengan signifikansi sebesar 0,003. Dari hasil uji tersebut thitung lebih besar dari ttabel yaitu  $3,054 > 1,988$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

$H_1$  : kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan (Y) produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin

**Harga (X2)**

Tingkat  $\alpha$  5% dan derajat kebebasan (dk) = n-3 (dimana n=86) maka  $86-3=83$ . Karena menggunakan uji 2 arah, maka  $\alpha/2$  ( $5\%/2$ ) = 2,5% dan diperoleh t tabel (65:2,5%) sebesar 1,988. Berdasarkan hasil analisis diperoleh thitung sebesar 6,223 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji tersebut thitung lebih besar dari ttabel yaitu  $6,223 > 1,988$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

H2 : harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

### Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara simultan

(bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen. Uji F yaitu dengan membandingkan Fhitung yang dihasilkan oleh regresi linier berganda dengan Ftabel. Adapun hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 yaitu:

**Tabel 4. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.390	2	88.195	85.171	.000 <sup>b</sup>
	Residual	85.947	83	1.036		
	Total	262.337	85			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

**Sumber : Data di olah, 2021**

Nilai Ftabel diperoleh dari derajat kebebasan yang terdiri dari numerator =  $\sum k = 2$  dan denominator (df) =  $n - k - 1$  atau  $86 - 2 - 1 = 83$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), sehingga Ftabel = 3,11.

Diketahui Fhitung 85,171 > Ftabel 3,11 dengan signifikansi sebesar 0.000 jadi H0 ditolak dan Ha diterima.

H3 : kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin (Y).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah dilakukan pengujian pada program SPSS Windows versi 22.0 diperoleh hasil yang tercantum dalam tabel 5 berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.334	1.009		-.331	.741
TOTAL_X1	.174	.057	.287	3.054	.003
TOTAL_X2	.398	.064	.584	6.223	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

**Sumber: Data diolah, 2021.**

Hasil analisis tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda secara umum adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan pelanggan (Y)} = -0,334 + 0,174X_1 + 0,398X_2 + e$$

Persamaan di atas menunjukkan adanya pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan

pelanggan (Y) produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase, sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Tabel 6 berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

**:Tabel 6 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 <sup>a</sup>	.672	.664	1.018

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

**Sumber: Data diolah, 2021.**

Hasil pengujian di atas diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,664. Jadi

sumbangan pengaruh dari variabel kalitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan PT

Dua Kelinci di Banjarmasin (Y) sebesar 66,4% artinya nilai koefisien determinasi (R Square) kecil, dimana variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, sedangkan sisanya (100%-66,4%=33,6%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### **Pembahasan**

Variabel kualitas produk item yang paling berpengaruh yaitu pada Indikator “bahan baku yang tidak membahayakan”. Indikator lainnya pada indikator penggunaan bahan baku berkualitas, produk yang memiliki ketahanan, kemasan produk yang melindungi isinya, desain produk yang menarik dan produk yang memiliki banyak variasi yang tidak monoton sudah berjalan dengan baik sehingga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Variabel harga menunjukkan bahwa item yang memiliki nilai paling baik adalah pada indikator “harga yang bervariasi sesuai ukuran”. Namun secara umum indikator harga murah disemua kalangan, harga sesuai dengan kualitas yang diberikan, harga yang

ditawarkan mampu bersaing dengan merk lain, harga sesuai manfaat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga indikator tersebut mampu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Variabel kepuasan pelanggan item yang paling berpengaruh yaitu pada indikator “kepuasan tersendiri” pada item pernyataan responden nomor 3. Item lainnya pada indikator kepuasan pelanggan akan harga yang berkualitas dan harga yang ditawarkan memuaskan sudah berjalan dengan baik sehingga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun secara umum produktivitas kerja karyawan sudah berjalan dengan baik.

Nasution (2008) mendefinisikan “kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan

pelanggan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

Indikator-indikator yang meliputi bahan baku berkualitas, bahan baku tidak membahayakan, produk yang memiliki ketahanan, kemasan yang melindungi isi, dan desain yang menarik mampu memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk mampu memberikan sumbangan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Kondisi ini perlu bagi PT Dua Kelinci di Banjarmasin untuk mempertahankan pengaruh variabel kualitas produk dan hendaknya dilakukan perbaikan packing pada produk agar kualitas produk agar meningkat.

Menurut Kurtz dan Clow dalam Widjaja (2009) pelanggan yang puas dengan harga yang diterima bisa menjadi pelanggan yang loyal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Indikator harga yang bervariasi sesuai ukuran, harga yang murah di semua kalangan, harga sesuai dengan kualitas, harga yang mampu bersaing dengan merk lain dan harga

sesuai dengan manfaat mampu memberikan pengaruh bagi pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Pengaruh harga mampu berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan, sehingga jika diperlukan dilakukan kebijakan terhadap harga, agar harga yang ditawarkan dapat memberikan tingkat kepuasan pada pelanggan.

Pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk. Secara bersama variabel kualitas produk dan harga mampu memberikan pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

Kondisi ini sangat menguntungkan bagi PT Dua Kelinci di Banjarmasin karena variabel kualitas produk dan harga secara bersamaan mampu memberikan pengaruh yang positif dan besar

terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan dampak yang baik perusahaan PT Dua Kelinci di Banjarmasin.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka simpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda  $Y = -0,334 + 0,174X_1 + 0,398X_2$ . Bahwa variabel kualitas produk dan harga tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin.
2. Berdasarkan hasil perhitungan uji  $t$ , yang mengatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari komponen kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ( $Y$ ) diterima.
3. Hasil perhitungan uji  $F$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga

( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ( $Y$ ) secara simultan diterima.

4. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan adalah 0,664. Hal ini berarti sebesar 66,4% perubahan variabel kepuasan pelanggan produk PT Dua Kelinci di Banjarmasin ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) sedangkan sisanya sebesar 33,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya:

1. Hendaknya aspek kualitas produk dan harga yang dianggap baik dan yang dinilai positif dikalangan pelanggan di pertahankan dan bahkan di tingkatkan lagi untuk lebih mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Hendaknya pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dapat diganti dengan variabel

lain yang lebih mempengaruhi terhadap (R<sup>2</sup>), Agar pada nilai koefisien determinasi (R Square) dapat lebih besar pengaruhnya terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga faktor lain yang tidak diteliti dari penelitian tidak terlalu berpengaruh besar terhadap nilai dari variabel kepuasan pelanggan (Y).

Nasution, Teguh S dan Kurniati, Tri. 2008. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina*. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/5667>

Widjaja, B.T. 2009. *Lifestyle Marketing. Servlist: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

#### DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta.

Irawan, Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

-----2016. *Marketing Manajemen Edisi 15*. Global Edition England: Pearson Education Limited.