

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *CITA POULTRY SHOP* TASIKMALAYA

Denis Pranata¹, Wawan Sukmana², Depy Muhamad Pauzy³

^{1,2,3}Universitas Perjuangan Tasikmalaya
Email korespondensi: denispranata667@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan *Cita Poultry Shop* Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang diisi oleh pelanggan *Cita Poultry Shop* Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan *Cita Poultry Shop* Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik. Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun Kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *Cita Poultry Shop* Tasikmalaya.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction Cita Poultry Shop Tasikmalaya. This research uses survey method. Data collection techniques used a questionnaire, which was filled in by Cita Poultry Shop customers in Tasikmalaya. Data analysis techniques using multiple regression. Based on the results of the study note that the effect of product quality and price on customer satisfaction Cita Poultry Shop Tasikmalaya is included in the good classification. Product quality and price simultaneously influence customer satisfaction. The product quality and price partially influence customer satisfaction Cita Poultry Shop Tasikmalaya.

Keywords: Product Quality, Prices, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam dunia peternakan khususnya daerah Kota Tasikmalaya, banyak berdiri perusahaan *Poultry Shop*. *Cita Poultry Shop* merupakan salah satu perusahaan yang menjual ayam pedaging di Tasikmalaya dan sekitarnya.

Model usaha yang dikembangkan di *Cita Poultry shop* adalah kemitraan, dengan menjalin kerjasama dengan peternak yang di rekrut oleh *Cita Poultry Shop*. Para peternak melakukan pemeliharaan ayam pedaging mulai dari bibit sampai siap untuk di pasarkan.

Kompetisi bisnis di dunia

peternakan khususnya ayam pedaging di Tasikmalaya tampak semakin kompetitif. Terutama persaingan pada kualitas dan harga dari suatu produk yang di berikan oleh produsen, hal ini menuntut para pelaku bisnis ayam pedaging untuk dapat menyediakan produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau bagi pelanggan. Pelaku bisnis juga diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu produk, lalu menentukan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan dan kebutuhan pasar. Sehingga kepuasan dapat diperoleh dan akan membuat pelanggan melakukan pembelian dimasa yang akan datang.

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang penulis dapat dari Cita *Poultry Shop*, maka dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah pelanggan dari tahun 2015-2018

Tahun	Jumlah Pelanggan
2015	55
2016	52
2017	50
2018	50

Sumber Cita *Poultry Shop*

Dari data di atas terdapat permasalahan yang dihadapi oleh Cita *Poultry Shop* khususnya tentang penurunan jumlah pelanggan. Dimana pelanggan Cita saat ini ada yang mengurangi intensitas dari pembeliannya. Ada juga pelanggan yang sudah tidak melakukan pembelian kembali sehingga cukup berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan. Pemilik Cita *Poultry Shop* menuturkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah pelanggan tersebut. Faktor kualitas produk dan harga merupakan hal yang dianggap berpengaruh terhadap masalah tersebut, yang mana kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dengan pelanggan akan menciptakan kepuasan.

Dalam menentukan kepuasan pelanggan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, menurut Tri dan Mastuti (2011) antara lain: (1) Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas pelayanan yaitu mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. (3) Emosional yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, yang cenderung mempunyai

tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu. (4) Harga yaitu dimana suatu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. (5) Biaya yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk dapat dilihat dari berbagai sudut pandang mulai dari bentuk, ukuran yang beragam, ketahanan dari suatu produk dan lain-lain. Itu semua merupakan hal yang dilihat pelanggan saat melakukan pembelian. Cita *Poultry Shop* dalam proses pengembangan ayam, memiliki standar ukuran yang harus dicapai peternak mulai dari ukuran / bobot ayam dan lain-lain. Standar tersebut bisa dilihat di bawah ini:

Tabel 2. Data Performa Ayam Pedaging - 1000 Ekor

Umur /minggu	Pakan		Standar		
	Habis (kg)	Habis (zak)	Bobot (gr)	FCR	Mati
1	152	3	176	0,86	0,85
2	500	10	446	1,12	1,42
3	1100	22	866	1,27	1,92
4	1977	39,54	1398	1,41	2,8
5	3117	62,34	2005	1,55	3,5

(Sumber Cita *Poultry Shop*)

Dari standar di atas terlihat ragam ukuran bobot dari ayam yang dipelihara oleh peternak. Namun bobot tersebut belum tentu sama tercapai oleh setiap peternak yang disebabkan oleh berbagai faktor. Kualitas produk yang baik tetap menjadi fokus utama Cita

Poultry Shop untuk menarik hati pelanggannya. Penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah Arsyad Safin (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Studi kasus pada merek Aqua”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:47), mengemukakan bahwa pengertian harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga biasanya tergantung pada kebijakan yang dibuat perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Penelitian yang dilakukan oleh William Liecardo (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan *Fashion CRYSPYDUCK* pada Toko Skate Element Medan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Distro Skate Element.

Dari latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang kepuasan pelanggan dengan menggunakan subjek yang berbeda. Melihat pesatnya perkembangan bisnis ayam pedaging yang ada di Tasikmalaya secara umumnya, hal itu menimbulkan persaingan yang ketat antar *Poultry Shop* untuk memberikan kepuasan yang maksimal terhadap pelanggan. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.

Tujuan Penelitian:

- 1) Mengetahui kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan di Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.
- 2) Mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.
- 3) Mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Harga

Menurut Kotler dan Keller (2012:47), mengemukakan bahwa pengertian harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2013:7), mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternative yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis dengan pendekatan survei.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah seluruh pelanggan Cita *Poultry Shop* yang berjumlah 50 responden. Untuk sampel Menurut Roscoe dalam (Sugiyono, 2016:91) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang,

maka diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang diambil dari semua pelanggan Cita Poultry Shop Tasikmalaya yaitu sebanyak 50 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2016:81).

Jenis dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, penelitian lapangan mencakup: wawancara dan kuesioner.

Menguji validitas yaitu dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($dkk = n-2$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} maka butir pernyataan dinyatakan valid. Sebaliknya Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid dan tidak dapat di gunakan pada penelitian. Uji validitas dengan menggunakan SPSS 25.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu melalui koefisien *Alpha Cronbach* dan apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan reliabel sebaliknya apabila koefisien reliabilitas lebih kecil dari 0,60 maka pernyataan tidak akan digunakan pada penelitian selanjutnya.

Alat analisis menggunakan persamaan regresi berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	X _{1.1}	0,551	0,284	Valid

Pengaruh Kualitas Produk...

Kualitas	X _{1.2}	0,618	0,284	Valid
	X _{1.3}	0,661	0,284	Valid
Produk	X _{1.4}	0,733	0,284	Valid
	X _{1.5}	0,520	0,284	Valid
(X ₁)	X _{1.6}	0,624	0,284	Valid
	X _{2.1}	0,867	0,284	Valid
Harga	X _{2.2}	0,792	0,284	Valid
	X _{2.3}	0,855	0,284	Valid
(X ₂)	X _{2.4}	0,817	0,284	Valid
	Y _{.1}	0,422	0,284	Valid
Kepuasan	Y _{.2}	0,461	0,284	Valid
	Y _{.3}	0,618	0,284	Valid
Kepuasan	Y _{.4}	0,348	0,284	Valid
	Y _{.5}	0,552	0,284	Valid
Pelanggan	Y _{.6}	0,601	0,284	Valid
	Y _{.7}	0,461	0,284	Valid
(Y)	Y _{.8}	0,608	0,284	Valid
	Y _{.9}	0,567	0,284	Valid
	Y _{.10}	0,350	0,284	Valid

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel penelitian, dinyatakan valid dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,284. Menurut (Sugiyono, 2016), nilai korelasi selanjutnya dibandingkan dengan r_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% dan $df = n - 2 = 48$, maka diperoleh 0,284.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
Kualitas Produk	0,658	6	Reliabel
Harga	0,821	4	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,667	10	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4 setiap variabel dalam penelitian, dinyatakan reliabel dibuktikan dengan nilai *Cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,6. Maka seluruh instrumen dalam variabel penelitian dapat dikatakan reliabel, dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Interpretasi Jawaban Pelanggan Mengenai Kualitas Produk

No	Pernyataan/ Indikator	Skor yang ditargetk an	Skor yang dicapai
1	Cita <i>Poultry Shop</i> memiliki produk yang bobotnya bermacam-macam (bentuk).	250	201
2	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan produk sesuai dengan keadaan yang ada (kesesuaian dengan spesifikasi).	250	206
3	Cita <i>Poultry Shop</i> memiliki produk yang kuat bertahan di perjalanan selama proses pengiriman (ketahanan).	250	193
4	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan garansi penggantian ayam yang mati karena proses pengangkutan (<i>serviceability</i>).	250	188
5	Cita <i>Poultry Shop</i> memiliki produk yang terlihat sehat dan segar (estetika).	250	196
6	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan produk berkualitas baik dengan harga yang	250	160

sesuai
(kualitas yang
dipersepsikan)

Jumlah	1500	1144
--------	------	------

Berdasarkan Tabel 6 hasil interpretasi dari keseluruhan jawaban pelanggan mengenai kualitas produk Cita *Poultry Shop*, kemudian direkap untuk dilihat skor total jawaban responden sebagai berikut:

1. Menghitung skor jawaban tertinggi yakni $5 \times 6 \times 50 = 1500$
2. Menghitung skor jawaban terendah yakni $1 \times 6 \times 50 = 300$
3. Menghitung batas interval dengan cara :

$$NJl = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\sum \text{Kriteria pernyataan}}$$

$$= \frac{1500 - 300}{5} = \frac{1200}{5} = 240$$

4. Membuat distribusi frekuensi dengan interpretasi sebagai berikut:

Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel Kualitas Produk

Nilai	Klasifikasi Penilaian
300 - 540	Tidak Baik
541 - 781	Kurang Baik
782 - 1022	Cukup Baik
1023 - 1263	Baik
1264 - 1500	Sangat Baik

Nilai kumulatif skor yang diperoleh dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai kualitas produk memiliki nilai sebesar 1.144. Untuk keseluruhan nilai instrumen mengenai kualitas produk termasuk dalam kategori baik yang berarti bahwa secara keseluruhan kualitas produk yang diberikan Cita *Poultry Shop* sudah baik.

Tabel 6. Interpretasi Jawaban Pelanggan Mengenai Harga

No	Pernyataan/ Indikator	Skor yang ditargetkan	Skor yang dicapai
1	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan harga yang terjangkau (keterjangkauan harga).	250	205
2	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan (kesesuaian harga dengan kualitas produk).	250	210
3	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan harga yang bersaing sehingga pelanggan bisa membandingkan dengan yang lain (daya saing harga).	250	204
4	Cita <i>Poultry Shop</i> memberikan harga produk yang sesuai dengan manfaat yang didapat [untuk di jual kembali] (kesesuaian harga dengan manfaat).	250	192

Jumlah	1000	811
--------	------	-----

Berdasarkan Tabel 6 hasil interpretasi dari keseluruhan jawaban pelanggan mengenai harga Cita *Poultry Shop*, kemudian direkap untuk dilihat skor total jawaban responden sebagai berikut:

1. Menghitung skor jawaban tertinggi yakni $5 \times 4 \times 50 = 1000$
2. Menghitung skor jawaban terendah yakni $1 \times 4 \times 50 = 200$
3. Menghitung batas interval dengan cara :

$$\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

$$NJI = \frac{\sum \text{Kriteria pernyataan}}{\dots}$$

$$= \frac{1000 - 200}{5} = \frac{800}{5} = 160$$

4. Membuat distribusi frekuensi dengan interpretasi sebagai berikut:

Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel Harga

Nilai	Klasifikasi Penilaian
200 - 360	Tidak Terjangkau
361 - 521	Kurang Terjangkau
522 - 682	Cukup Terjangkau
683 - 843	Terjangkau
844 - 1000	Sangat Terjangkau

Nilai kumulatif skor yang diperoleh dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai harga memiliki nilai sebesar 811. Untuk keseluruhan nilai instrumen mengenai harga termasuk dalam kategori terjangkau yang berarti bahwa harga yang di berikan Cita *Poultry Shop* terjangkau.

Tabel 7. Interpretasi Jawaban Pelanggan Mengenai Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan/ Indikator	Skor yang ditargetk an	Skor yang dicapai
1	Pelanggan puas dengan produk Cita Poultry Shop yang memiliki bobot yang bermacam-macam (kepuasan pelanggan atas kualitas produk).	250	210
2	Pelanggan puas dengan produk yang diberikan Cita Poultry Shop (kepuasan pelanggan atas kualitas produk).	250	206
3	Pelanggan puas dengan dengan ketahanan dari produk Cita Poultry Shop (kepuasan pelanggan atas kualitas produk).	250	204
4	Pelanggan puas dengan adanya garansi penggantian ayam yang mati pada saat proses pengangkutan (kepuasan pelanggan atas kualitas produk).	250	222
5	Pelanggan puas dan tertarik dengan produk Cita Poultry Shop yang sehat dan segar (kepuasan	250	206
6	pelanggan atas kualitas produk). Pelanggan puas dengan produk Cita Poultry Shop yang berkualitas baik dengan harga yang pas (kepuasan pelanggan atas kualitas produk).	250	203
7	Pelanggan puas dengan harga yang diberikan Cita Poultry Shop (kepuasan pelanggan atas harga).	250	209
8	Pelanggan puas dengan harga yang diberikan Cita Poultry Shop sesuai dengan kualitas produknya (kepuasan pelanggan atas harga).	250	195
9	Pelanggan puas dengan harga wajar yang diberikan Cita Poultry Shop sehingga dapat membandingkan dengan tempat lain (kepuasan pelanggan atas harga).	250	204
10	Pelanggan puas dengan harga produk yang diberikan Cita Poultry Shop sesuai dengan manfaat yang di dapat (kepuasan pelanggan atas harga).	250	206
Jumlah		2500	2065

Berdasarkan Tabel 7 hasil interpretasi dari keseluruhan jawaban pelanggan mengenai kepuasan pelanggan Cita *Poultry Shop*, kemudian direkap untuk dilihat skor total jawaban responden sebagai berikut:

1. Menghitung skor jawaban tertinggi yakni $5 \times 10 \times 50 = 2500$
2. Menghitung skor jawaban terendah yakni $1 \times 10 \times 50 = 500$
3. Menghitung batas interval dengan cara :

$$\begin{aligned}
 \text{NJl} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\sum \text{Kriteria pernyataan}} \\
 &= \frac{2500 - 500}{5} = \frac{2000}{5} = 400
 \end{aligned}$$

4. Membuat distribusi frekuensi dengan interpretasi sebagai berikut:

Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan

Nilai	Klasifikasi Penilaian
500 - 900	Tidak Puas
901 - 1301	Kurang Puas
1302 - 1702	Cukup Puas
1703 - 2103	Puas
2104 - 2500	Sangat Puas

Nilai kumulatif skor yang diperoleh dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan memiliki nilai sebesar 2065. Untuk keseluruhan nilai instrumen mengenai kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori puas yang berarti bahwa secara keseluruhan pelanggan puas dengan kualitas produk dan harga yang di berikan oleh Cita *Poultry Shop*.

Tabel 8. Hasil Olah Data SPSS 25

Variabel	Koefisien	t hitung	sig	Parsial
(Constanta)	13,766	3,818	0,000	
Kualitas Produk	0,460	2,871	0,006	0,386
Harga	0,685	3,720	0,001	0,477
R	0,568			

R ²	0,322	
F hitung	11,173	0,000

Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya

Hipotesis:

Ho : $\rho = 0$ Kualitas produk dan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
 Ha : $\rho \neq 0$ Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dari SPSS 25 nilai koefisien korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,386 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa peningkatan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial sebesar 14,90% [$Kd = (0,386)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dilihat dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung. Hasil perhitungan memberikan nilai t hitung = 2,871 dan t tabel = 2,012 maka nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau $2,871 > 2,012$ bisa juga dilihat dari nilai Sig 0,006 hasil perhitungan SPSS versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$). Dengan demikian Ho ditolak Ha diterima, yang berarti bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nasrullah Arsyad Safin (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lalu nilai koefisien korelasi antara harga dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,477 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sedang antara harga dengan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa harga yang terjangkau dan sesuai akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial sebesar 22,75% [$K_d = (0,477)^2 \times 100\%$].

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dilihat dengan cara membandingkan nilai t_{tabel} dan t_{hitung} . Hasil perhitungan memberikan nilai $t_{\text{hitung}} = 3,720$ dan $t_{\text{tabel}} = 2,012$ maka nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $3,720 > 2,012$ bisa juga dilihat dari nilai Sig 0,001 hasil perhitungan SPSS versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, yang berarti bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Roni Afrianto Hutapea (2016) menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Cita Poultry Shop Tasikmalaya

Hipotesis:

$H_0 : \rho = 0$ Kualitas produk dan harga secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

$H_a : \rho \neq 0$ Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis statistik dengan program SPSS Versi 25 dari variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13,766 + 0,460 X_1 + 0,685 X_2$$

Dalam persamaan di atas, konstanta adalah sebesar 13,766. Hal ini berarti jika tidak ada perubahan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), yang mempengaruhi, maka (kepuasan pelanggan) (Y) sebesar 13,766.

Persamaan regresi tersebut menyatakan bahwa variabel bebas kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) menunjukkan nilai positif artinya memiliki korelasi yang positif. Maka dapat disimpulkan kualitas produk dan harga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien kualitas produk adalah 0,460 yang menunjukkan besarnya peningkatan kepuasan pelanggan sebagai akibat adanya peningkatan kualitas produk. Dengan asumsi faktor yang lainnya tetap. Nilai koefisien harga adalah 0,685 yang menunjukkan besarnya peningkatan kepuasan pelanggan sebagai akibat adanya peningkatan keterjangkauan dan kesesuaian harga, dengan asumsi faktor lainnya tetap. Terlihat ternyata kualitas produk memiliki nilai koefisien lebih kecil di bandingkan dengan harga.

Lalu nilai koefisien korelasi (r) dari hasil perhitungan diperoleh nilai sebesar 0,568 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori sedang.

Sedangkan besar pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Cita Poultry Shop Tasikmalaya dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (K_d) yaitu sebesar 0,322 atau 32,2%. Sisanya sebesar 67,8% merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti, seperti: kualitas pelayanan, emosional, biaya dan lain-lain.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Cita Poultry Shop Tasikmalaya dilakukan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 25 diperoleh nilai F hitung sebesar 11,173

dengan nilai Sig. sebesar 0,000, sedangkan nilai tabel $F = 3,195$. Ternyata $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau cukup dilihat dari nilai Sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan kualitas produk dan harga secara simultan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Roni Afrianto Hutapea (2016) bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kualitas produk merupakan bagian yang sangat penting bagi perusahaan, yang mana kualitas produk yang baik dapat menciptakan kepuasan terhadap para pelanggan. Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya dalam hal ini selalu menjaga kualitas produknya agar tetap baik terbukti dengan penelitian yang sudah dilakukan bahwa para pelanggan menilai kualitas produk dari Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya sudah baik.

Harga sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas, sebab dalam kehidupan sehari-hari setiap orang tidak dapat terlepas dari pengaruh harga jika seseorang ingin memiliki atau membeli suatu barang atau jasa maka orang tersebut harus mengeluarkan sejumlah uang tertentu sebagai pengganti atas barang dan jasa tertentu. Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya dalam hal ini selalu berusaha memberikan harga yang terjangkau kepada para pelanggannya, terbukti dengan penelitian yang sudah dilakukan bahwa para pelanggan puas dengan harga yang diberikan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.

Untuk mencapai suatu kepuasan pelanggan dapat menjadi proses yang sederhana maupun kompleks, dalam hal ini peranan dari kualitas produk dan harga sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Yang mana kualitas produk dan harga yang sesuai dapat membentuk kepuasan bagi para

Pengaruh Kualitas Produk...

pelanggan. Terbukti dengan penelitian yang sudah dilakukan bahwa para pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya puas atas kualitas produk dan harga yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga dengan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cita *Poultry Shop* Tasikmalaya.

Saran

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini dari persiapan sampai terselesaikannya, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Hutapea, R. A. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*. <http://repository.ut.ac.id/6775/1/42188.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. ed.14. prentice Hall, United State Of America.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Liecardo, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan Fashion CRYSPYDUCK pada Toko Skate Element Medan*. <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/1837/>

- 100502170.pdf?sequence=1&isAl
lowed=y
- Rangkuti. (2013). *Customer Service Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, R. T., & Mastuti H. Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran. Jasa*. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Safin, N. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Studi kasus pada merek Aqua di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta*.
http://eprints.uny.ac.id/52005/1/NasrullahArsyadSafin_10408144028.pdf
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.