

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO GIRI JAYA

Sayid Aqil Sirod Akbar^{1*}, Rina Maria Hendriyani²

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Singaperbangsa Karawang^{1,2}

*Correspondent Authors: sayidaqilsirodakbar13@gmail.com

Author Email, rinamaria@gmail.com

Received: February 26, 2026. **Revised:** April 16, 2026. **Accepted:**
April 25, 2026. **Issue Period:** Vol.10 No.2 (2026), Pp. 499-509

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Giri Jaya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menggambarkan kondisi kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan, serta menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 587 pelanggan, dengan sampel sebanyak 85 responden yang ditentukan menggunakan teknik probability sampling melalui metode simple random sampling dan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 10%. Data dikumpulkan melalui kuesioner sebagai sumber data primer dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara deskriptif kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan berada dalam kategori baik. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, demikian pula harga yang juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas produk dan harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Giri Jaya.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, perilaku konsumen

Abstract: This study aims to analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction at Giri Jaya Store. It also seeks to describe the conditions of product quality, price, and customer satisfaction, as well as to examine the partial and simultaneous effects of these variables. The research employs a descriptive and verificative method with a quantitative approach. The population consists of 587 customers, with a sample of 85 respondents determined using probability sampling through a simple random sampling technique and the Slovin formula with a 10% significance level. Data were collected through questionnaires as primary data and analyzed using statistical techniques. The results indicate that, descriptively, product quality, price, and customer satisfaction are categorized as good. Partially, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and price also has a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, product quality and



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2386

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

price significantly influence customer satisfaction. These findings suggest that improving product quality and setting appropriate pricing strategies can enhance customer satisfaction at Giri Jaya Store

Keywords: *product quality, price, customer satisfaction, consumer behavior*

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, berbagai strategi diterapkan oleh perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya, menarik pelanggan, dan meningkatkan keuntungan. Perusahaan tidak hanya harus menciptakan produk yang berkualitas, tetapi juga harus memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan agar dapat memberikan nilai yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi elemen yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha. Menurut [1], pelanggan yang merasa puas akan cenderung tetap setia pada suatu produk dan bahkan berpotensi merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional yang muncul setelah individu membandingkan harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan pengalaman nyata yang mereka peroleh [2].). Jika kualitas suatu produk dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Sebaliknya, jika produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan kemungkinan besar akan beralih ke produk pesaing. Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis, perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga yang ditawarkan agar dapat terus menarik minat pelanggan. Hal ini semakin relevan dalam industri yang berkaitan dengan kebutuhan pokok masyarakat, seperti sektor perdagangan beras.

Beras merupakan kebutuhan pokok yang dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia setiap harinya. Tingginya tingkat konsumsi beras di Indonesia membuka peluang bisnis yang luas bagi para pelaku usaha, baik dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Bisnis perdagangan beras dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, mulai dari agen grosir hingga pengecer. Namun, dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang terjun dalam bidang ini, tingkat persaingan juga semakin meningkat. Dalam kondisi pasar yang dinamis, pelaku usaha harus mampu menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang terus berkembang.

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam industri ini adalah kualitas produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung memilih beras dengan kualitas yang baik, yakni bersih, tidak mengandung banyak kotoran atau kutu, serta memiliki tekstur dan rasa yang sesuai dengan selera mereka [3]. Selain kualitas, faktor harga juga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, di mana pelanggan umumnya akan memilih beras dengan harga yang sesuai dengan anggaran mereka tetapi tetap memiliki kualitas yang dapat diterima [4].

Toko Beras Giri Jaya merupakan salah satu usaha di bidang perdagangan beras yang telah beroperasi dalam waktu yang cukup lama dan melayani berbagai segmen konsumen. Untuk tetap bersaing dalam industri ini, Toko Beras Giri Jaya harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya, serta menetapkan harga yang kompetitif. Namun, dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin berkembang, penting bagi perusahaan untuk memahami sejauh mana kualitas produk dan harga yang ditawarkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tingginya tingkat konsumsi beras di Indonesia membuat peluang bisnis bagi masyarakat Indonesia untuk membuka usaha penjualan beras baik agen eceran atau grosir. Seiring dengan makin banyaknya bisnis penjualan beras membuat tingkat persaingan penjualan beras menjadi semakin kompetitif. Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka mengeluarkan produk, mempertahankan produknya, menarik konsumen, dan menanggapi pesaing.

Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah menarik pelanggan dan dapat mempertahankan pelanggan tersebut. Sekarang ini banyak perusahaan atau organisasi yang telah mengakui pentingnya berorientasi pada pelanggan dalam semua kegiatan pemasaran. Pelanggan akan bertahan dengan suatu produk jika konsumen merasa puas dengan produk tersebut [1]. Pelanggan dianggap penting



karena mereka menentukan kelangsungan hidup sebuah organisasi. Pelanggan adalah darah kehidupan setiap organisasi, dan tanpa pelanggan tidak ada organisasi yang mampu mempertahankan keberadaannya. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan setiap pelaku bisnis. Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual [1]. Pelanggan dianggap penting karena mereka menentukan kelangsungan hidup sebuah organisasi. Pelanggan adalah darah kehidupan setiap organisasi, dan tanpa pelanggan tidak ada organisasi yang mampu mempertahankan keberadaannya. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan setiap pelaku bisnis. Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual [2].

Kualitas produk juga dapat menjadi faktor penentu pada kepuasan pelanggan dalam pembelian suatu produk. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka kebutuhan serta keinginan konsumen dapat dipenuhi [5]. produknya dimana harus memberi kepuasan pada pelanggan yang mana dapat melebihinya ataupun paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing perusahaan produknya dimana harus memberi kepuasan pada pelanggan yang mana dapat melebihinya ataupun paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing perusahaan [6].

Selain kualitas produk, faktor lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu faktor harga. Tujuan penetapan harga diantaranya tujuan berorientasi pada laba, tujuan berorientasi pada volume, tujuan berorientasi pada citra, tujuan stabilisasi harga, dan tujuan-tujuan lainnya [1]. Harga jual beras jenis beras Ir pada Toko Giri Jaya sama dengan harga jual beras pada Toko Jaya Mandiri dan Toko Makmur Sentosa. Sementara harga jual beras jenis ketan super pada Giri Jaya lebih murah dibandingkan dengan harga jual beras pada Toko Jaya Mandiri, namun lebih mahal dibandingkan dengan harga jual beras pada Toko Makmur Sentosa. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan harga jual beras untuk setiap jenis berasnya pada Toko Giri Jaya dan kompetitornya.

Adanya perbedaan harga tersebut dapat menyebabkan pelanggan beralih ketoko lainnya dengan jenis beras yang sama namun memiliki harga jual beras yang lebih murah. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Harga suatu hal yang penting bagi pelanggan. Bagi sebagian pelanggan, dengan harga mereka memutuskan apa yang akan mereka beli, sedangkan yang lain lebih tertarik pada fitur produk, manfaat, dan citra yang melekat pada produk. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen.

Dengan demikian, dalam menetapkan harga, pemilik usaha harus menyesuaikan harga dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, pemilik usaha juga perlu membandingkan harga yang ditetapkan dengan harga produk atau jasa serupa yang diproduksi atau ditawarkan oleh pesaing. Hal ini dimaksudkan agar harga yang ditentukan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya [4].

Harga menjadi salah satu faktor yang mampu membawa pengaruh bagi perusahaan dalam meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Harga dikenal sebagai salah satu elemen yang utama dalam keputusan pembelian produk serta penentuan keberhasilan perusahaan dikarenakan harga produk dapat menentukan berapa besaran perolehan keuntungan perusahaan dari aktivitas penjualan produk perusahaan baik barang ataupun jasa [7]. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga menjadi salah satu faktor yang mampu membawa pengaruh bagi perusahaan dalam meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Harga dikenal sebagai salah satu elemen yang utama dalam keputusan pembelian produk serta penentuan keberhasilan perusahaan dikarenakan harga produk dapat menentukan berapa besaran perolehan keuntungan perusahaan dari aktivitas penjualan produk perusahaan baik barang ataupun jasa [4][8][5]. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul yang akan diajukan sebagai berikut : “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Giri Jaya”.



Kualitas Produk

Kualitas produk adalah proses produksi suatu barang yang mampu menciptakan persepsi positif dan menghasilkan kepuasan pelanggan [9]. Kualitas produk juga diartikan sebagai kemampuan suatu barang untuk memberikan kinerja sesuai atau melebihi harapan pelanggan [10]. Selain itu, kualitas produk merupakan gabungan karakteristik yang memungkinkan produk memenuhi kebutuhan konsumen [11]. Karenanya, Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa [12][10]. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan [1]. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa strategi penetapan harga adalah kebijakan yang ditentukan oleh perusahaan terkait besarnya jumlah uang untuk memperoleh produk atau jasa yang akan dijual kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi pengalaman konsumen dalam menggunakan produk [13]. Kepuasan pelanggan juga merupakan konsep penting dalam pemasaran dan indikator keberhasilan bisnis [14]. Secara umum, kepuasan pelanggan merupakan respon emosional hasil evaluasi terhadap pengalaman konsumsi [1][2]. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat persaan pelanggan melalui respon dan evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah produk itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

II. METODE DAN MATERI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu [15]. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis serta pengukuran hubungan antar variabel secara objektif menggunakan data numerik dan analisis statistik.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi atau fenomena yang terjadi pada variabel penelitian, yaitu kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Melalui metode ini, peneliti berupaya menyajikan fakta secara sistematis, faktual, dan akurat terkait karakteristik objek yang diteliti, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi pelanggan terhadap Toko Giri Jaya [16].

Sementara itu, metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan, khususnya dalam melihat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Metode ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal antar variabel melalui pengujian statistik, sehingga dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak [16].

Desain penelitian dalam studi ini disusun sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian, mulai dari tahap perencanaan hingga analisis data. Desain penelitian mencakup seluruh proses yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian secara sistematis dan terstruktur, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah [17].

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi kualitas produk dan harga, yang merupakan faktor-faktor yang diduga mempengaruhi perubahan pada variabel dependen. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, yaitu hasil atau respon yang ditimbulkan akibat adanya pengaruh dari variabel independen [15].

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Giri Jaya yang berjumlah 587 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih [15]. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 10%, sehingga diperoleh sebanyak 85 responden [18].

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai sumber data primer. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan disebarkan kepada responden untuk memperoleh



data yang relevan. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik guna menguji hubungan antar variabel serta menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

III. PEMBAHASA DAN HASIL

Profil Perusahaan

Toko Giri Jaya didirikan pada tahun 1993 sebagai sebuah usaha keluarga berskala kecil yang berlokasi di kawasan pemukiman. Pada awal berdirinya, usaha ini dirintis oleh pasangan suami istri yang melihat tingginya kebutuhan masyarakat sekitar terhadap alat tulis, perlengkapan sekolah, dan kebutuhan kantor yang mudah dijangkau serta terjangkau dari sisi harga. Dengan modal yang terbatas dan dikelola secara sederhana, Toko Giri Jaya memulai kegiatan usahanya dari sebuah kios kecil yang menjual kebutuhan dasar seperti buku tulis, pulpen, pensil, dan kertas.

Memasuki tahun-tahun berikutnya, Toko Giri Jaya mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Usaha yang semula dikelola sepenuhnya oleh anggota keluarga mulai melibatkan tenaga kerja dari lingkungan sekitar untuk mendukung operasional harian. Hingga saat ini, Toko Giri Jaya telah mempekerjakan sebanyak tujuh orang karyawan yang bertugas dalam bidang penjualan, pengelolaan stok barang, dan pelayanan pelanggan. Struktur usaha pun menjadi lebih tertata, dengan pembagian tugas yang jelas guna meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan.

Uji Validitas

Adapun hasil analisis data pada penelitian ini dapat dipercaya, maka sebelumnya perlu dilakukan uji validitas dengan 85 responden untuk masing-masing pengujian validitas data kuesioner untuk variabel Kualitas harga sebagai berikut :

Tabel 4. 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi kualitas Produk

No	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk			
KK1	0,606	0.213	Valid
KK 2	0,551	0.213	Valid
KK 3	0,530	0.213	Valid
KK 4	0,551	0.213	Valid
KK 5	0,530	0.213	Valid
KK 6	0,688	0.213	Valid
KK 7	0,683	0.213	Valid
KK 8	0,556	0.213	Valid
KK 9	0,688	0.213	Valid
KK 10	0,683	0.213	Valid
KK 11	0,551	0.213	Valid
KK 12	0,530	0.213	Valid
KK 13	0,688	0.213	Valid
14	0,683	0.213	Valid
KK 15	0,556	0.213	Valid
KK 16	0,688	0.213	Valid
Harga			
H1	0,948	0.213	Valid
H2	0,355	0.213	Valid
H3	0,948	0.213	Valid
H4	0,948	0.213	Valid
H5	0,355	0.213	Valid
H6	0,948	0.213	Valid
H7	0,936	0.213	Valid



H8	0,948	0.213	Valid
Kepuasan Pelanggan			
KEP1	0,891	0.213	Valid
KEP 2	0,414	0.213	Valid
KEP 3	0,891	0.213	Valid
KEP 4	0,791	0.213	Valid
KEP 5	0,414	0.213	Valid
KEP 6	0,891	0.213	Valid
KEP 7	0,414	0.213	Valid
KEP 8	0,891	0.213	Valid
KEP 9	0,888	0.213	Valid
KEP 10	0,912	0.213	Valid

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 26 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel independen yaitu Harga dinyatakan valid, karena seluruh nilai indikator pada r hitung lebih besar nilai r tabel (0.213). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel independen yaitu Harga dinyatakan valid, karena seluruh nilai indikator pada r hitung lebih besar nilai r tabel (0.213). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid, karena seluruh nilai indikator pada r hitung lebih besar nilai r tabel (0.213). Karenanya, Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel yang diteliti dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel independen maupun variabel dependen dengan total 34 item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Teknik dasar dalam reliabilitas yaitu dengan mengkonsultasikan Cronbach's Alpha dengan r hitung. Jika Cronbach's Alpa > 0,6 maka reliabilitas pertanyaan dapat diterima atau reliabel. Adapun hasil pengujian reliabilitas untuk kuesioner masing-masing variabel, sebagai berikut:

Tabel 4. 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	rhitung	Cronbach's Alpa	Items	Kriteria
Kualitas Produk (X1)	0.913	0,60	16	reliabel
Harga (X2)	0.944	0,60	8	reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.886	0,60	16	reliabel

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 26 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan telah mencapai r hitung > 0,6 atau r hitung lebih besar dari rtabel, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dikatakan reliabel.

Uji Normalitas



Tabel 4. 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38988041
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.165
	Positive	.165
	Negative	-.154
Test Statistic		.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 26 2024

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai Asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya > 0,05 atau lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa asumsi uji Kolmogorov-Smirnov dapat terpenuhi atau data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.836	1.538		3.145	.002		
	TOTAL_X1	.041	.018	.091	2.252	.027	.991	1.010
	TOTAL_X2	.992	.044	.918	22.655	.000	.991	1.010

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber : Peneliti 2025

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan hasil uji multikolonieritas variabel penelitian. Dimana, dalam tabel tersebut diperoleh nilai tolerance masing-masing variabel bebas dalam penelitian ini sebesar 0.991 dan nilai VIF sebesar 1.010. Hasil ini memberikan gambaran bahwa terdapat korelasi antara variabel independen pada suatu model regresi karena nilai tolerance masing-masing variabel > 0,10 dan VIF < 10 (0,991 > 0,10) dan (1.10 < 10).

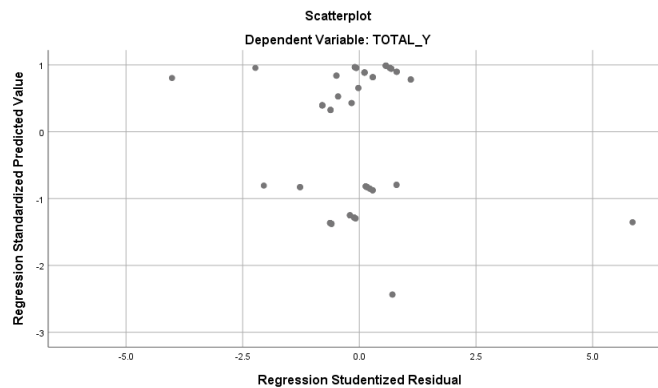
Uji Heteroskedasitas



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2386

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Tabel 4. 5. Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber : Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.7. Tiada pola yang jelas dalam terdapat titiknya, mereka tidak beraturan juga tampak buat hal polanya teratur seperti gelombang, menyempit, atau melebar gejala heteroskedetisitas (Sahid 2021).

Profil Responden

- diketahui bahwa pria cenderung yang paling banyak dengan presentase 58.8% dibandingkan wanita.
- diketahui bahwa responden yang berusia paling banyak yaitu 20 – 25 tahun sejumlah 35 (41.2%) dan paling sedikit berusia >30 tahun sejumlah 23 (12.2%).
- diketahui bahwa responden dengan pendidikan paling banyak yaitu S1 dengan jumlah 40 responden (47.1%).
- diketahui bahwa responden paling banyak yaitu ada di penghasilan < 5.000.000 dengan jumlah 40 karyawan (47.1%) dan paling sedikit yaitu penghasilan > 10.000.000 dengan jumlah 15 karyawan (17.6%).

Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Analisis regresi berganda dipergunakan sebagai analisa data pada studi ini. Dalam rangka mengungkapkan dampak korelasi antara variabel independen dan variabel dependen menggunakan analisis linier.

Tabel 4.29. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.836	1.538		3.145	.002
	TOTAL_X1	.041	.018	.091	2.252	.027
	TOTAL_X2	.992	.044	.918	22.655	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Peneliti 2024

Persamaan regresi linier tersebut, secara parsial mendeskripsikan korelasi antara variabel independent dengan variabel dependent. Sebagaimana persamaan ini kita bisa menyimpulkan bahwasanya :

1. Nilai konstanta yaitu 4.836 dianggap mempunyai nilai nol (0) dalam keadaan dimana variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tidak mendapat pengaruh variabel lain yakni variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) .
2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) yakni 0,041. Perihal ini mengindikasikan bahwasanya variabel Kualitas Produk secara Positif mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Bermakna setiap naiknya satu satuan pada variabel Kualitas Produk meningkatkan nilai sebesar 0,041. Dengan asumsi variabel lain tetap, maka variabel Kepuasan Pelanggan meningkat sebanyak 0,041
3. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X2) yaitu 0,992 yang mengungkapkan bahwasanya variabel Harga



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2386

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

secara positif mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Artinya, setiap naiknya satu satuan pada variabel Harga sehingga nilai Kepuasan Pelanggan Variable meningkat menjadi kurang lebih 0,992.

Hasil Uji t

Tabel 4. 30 Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.836	1.538		3.145	.002
	TOTAL_X1	.041	.018	.091	2.252	.027
	TOTAL_X2	.992	.044	.918	22.655	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Peneliti 2024

$$t (a/2 ; n-k-1) = t (0,05/2 ; 85-2-1) = 0,025 ; 82 = 0.677$$

- Sebagaimana tabel yakni hasil uji t mengungkapkan bahwasanya nilai signifikansi berpengaruh Kualitas produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu $0.027 < 0,05$ serta nilai Ttabel Hitung $2.252 > 0.677$ sehingga hipotesisnya diterima. Bermakna, Kualitas Produk signifikan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
- Sebagaimana tabel hasil uji t menunjukkan bahwasanya nilai signifikan pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yakni $0.000 < 0,05$ serta nilai Thitung $22.655 > 0.677$ sehingga hipotesis diterima. Bermakna Harga signifikan dan berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan

Hasil Uji f

Uji ini dibuat guna membuktikan apakah seluruh variabel independent bisa mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Cara yang dipakai ialah dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel dengan ketentuannya yaitu : Bilamana : $p > 0,05 =$ ditolaknya H_a dan diterimanya H_0 . Namun $< 0,05$ H_a diterima. Rumus uji f ialah $f (k ; n- k)$ (Damayanti, 2021).

Tabel 4. 31. Hasil Uji f ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1055.379	2	527.689	266.660	.000 ^b
	Residual	162.268	82	1.979		
	Total	1217.647	84			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber : Peneliti 2024

$$F (k ; n- k) = F (2 ; 83) = 3.96$$

Dari hasil uji simultan seperti terlihat pada Gambar diatas diperoleh hasil Fhitung sebesar 266.660 jauh lebih tinggi dari nilai Ftabel yakni 3,96 dan nilai signifikansi yakni $0,000 < 0,05$ dengan demikian hipotesisnya diterima. Atau dikatakan, Kualitas Produk dan Harga ialah satu kesatuan yang dapat berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan

Koefesien Determinasi

Tabel 4.32. Hasil Uji Koefesien Determinasi Model Summary^b



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2386

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.931 ^a	.867	.863	1.407

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Peneliti 2024

Sebagaimana gambar tersebut, nilai R yaitu 0,863 atau 86,3%. Hasil ini mengungkapkan bahwasanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen ialah 86.3%. Bermakna Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) mempunyai pengaruh senilai 86.3% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dan selebihnya sebesar 13,7% mendapat pengaruh variabel dan faktor lain yang tidak dijelaskan pada studi ini.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas produk beras, harga jual, dan tingkat kepuasan pelanggan di Toko Giri Jaya secara umum berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan penjualan, pelanggan tetap menilai aspek kualitas dan harga dengan cukup positif.
2. Hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.027 (< 0.05) dan nilai t-hitung sebesar 2.252 ($> t$ -tabel 0.677). Artinya, semakin tinggi persepsi kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga cenderung meningkat.
3. Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05) dan nilai t-hitung sebesar 22.655 ($> t$ -tabel 0.677). Dengan demikian, harga yang dianggap sesuai dan terjangkau oleh pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk yang ditawarkan.
4. Secara simultan, variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F-hitung sebesar 266.660 ($> F$ -tabel 3.96) dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Artinya, kombinasi antara persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan.

REFERENSI

- [1] Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta : Andi Offset.
- [2] Sunyoto, Danang. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- [3] Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- [4] Pratiwi, Gusti dan Tukimin Lubis. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD ADLI di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*. Universitas Muslim Nusantara AlWashliyah.
- [5] Pulumbara, Gracia Florentina., Fitriani Latief., dan Bahrul Ulum Ilham. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea. *Jurnal Manuver*. Volume 1 No. 1, Maret 2023. Hal. 7692. ITB Nobel Indonesia Makassar.
- [6] Sandy dan Sunargo. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2386

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [7] Pelayanan Terhadap KEPUASAN PELANGGAN Pada PT Benteng Indo Bangunan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 6 No 1, Januari 2023 E-ISSN : 2599-3410*. Universitas Putera Batam.
- [8] Agustinus, Steven dan Nyimas Artina. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Oppo Di Palembang. *2 ND MDP Student Conference (MSC) 2023. E-ISSN: 2985-7406*. Manajemen, Ekonomi, Universitas Multi Data Palembang.
- [9] Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salamba. Empat
- [10] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- [11] Wijaya, Tony. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT.Indeks
- [12] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Jakarta : Salemba Empat.
- [13] Irawan, Handi. (2015). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- [14] Hasan Ali. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Media Pressdindo.
- [15] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- [16] Nazir, Mohamad. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [17] Narimawati, Umi. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan. Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- [18] Umar, Husein. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat dan. Tepat Menyusun Tesis dan Desertasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



DOI: 10.52362/jisamar.v10i2.2386

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).