JURNAL EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL (JEBIDI)
Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan

Bintari Mei Arthana Zalukhu[1], Nahar Maganda Saragih[2*)]
[1.2]Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Potensi Utama
arthazalukhu@gmail.com[1], naharmagandasaragih@gmail.com[2]

ABSTRACT

Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment arising from comparing the performance that has been perceived against their expectations. This study aims to determine or analyze the effect of price and product quality on customer satisfaction at CV. Percut Prosperous Fishermen in Medan. This type of research is quantitative. The types of data used are primary and secondary data obtained from questionnaires. This research was conducted on customers of CV. Fishermen of Percut Makmur Medan with a sample of 92 respondents who were taken by purposive sampling method with a sampling technique using the slovin formula. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that the price and product quality together or simultaneously have a positive and significant influence on the customer satisfaction variable at CV. Percut Prosperous Fishermen in Medan. Partially the price has a positive and significant effect on the customer satisfaction variable at CV. Percut Prosperous Fishermen in Medan. Partially, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction variables in CV. Percut Prosperous Fishermen in Medan. Keywords: Price, Product Quality And Customer Satisfaction.

Keywords :Price, Product Ouality And Custumer Satisfaction

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena pembandingkan kinerja yang telah di persepsikan terhadap ekspetasi mereka. Penelitian bertujuan untuk mengetahui atau menganalis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari kuesioner. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan CV. Nelayan Percut Makmur Medan dengan sampel sebanyak 92 responden yang diambil dengan metode puposive sampling dengan teknik penarikan sampel menggunakan rumus slovin. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama atau silmutan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasaaan pelanggan Pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadapa variabel kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.

*Kata Kunci :*Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasaan

PENDAHULUAN

*Customer, s*ebelum melakukan pembelian, kebanyakan terlebih dahulu memperhatikan harga yang ditawarkan. Harga sering dijadikan sebagai dasar dalam melakukan pembelian bagi customer, sehingga ada *image* yang muncul dibenak customer bahwa barang dengan harga yang tinggi tentu kualitasnya baik namun apabila harga barang murah maka kualitasnya kurang baik. Harga menjadi pusat perhatian bagi *customer* dalam melakukan pembelian, terutama bagi konsumen Cv. Nelayan Percut Makmur Medan yang tingkat ekonominya rendah. Pada umumnya jenis produk yang baik, sangat diminati oleh customer. Promo menjadi perhatian bagi setiap *customer*, dimana jenis produk yang bagus, dan efektif, serta promosi produk yang bagus serta mengikuti trend, akan menjadi banyak diperhatikan oleh customer. Bila produk yang diinginkan oleh customer harganya terjangkau dan kualitas dari produk tersebut bagus, maka customer tersebut akan merasa puas. Namun sebaliknya apabila kualitas yang diinginkan *customer* tidak sesuai dengan yang

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

diharapkan, tentu saja *customer* akan merasa kecewa atau tidak puas. Dengan demikian CV. Nelayan Percut Makmur Medan dengan Prasurvey sebanyak 30 orang pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1

Data Hasil Prasurvey

No	Peryataan	Ya	Tidak
	Harga		
1	Harga di Cv. Nelayan Percut Makmur Medan terjangkau	27	3
2	Harga sesuai dengan kualitas	29	1
3	Harga sesuai dengan manfaat	29	1
4	Harga sesuai kemampuan	23	7
	Kualitas Produk		
1	Cv. Nelayan Percut Makmur Medan memiliki kinerja baik	29	1
2	Produk sesuai dengan spesifikasi	29	1
3	Produk memiliki daya tahan lama	26	4
4	Produk memiliki kecepatan kompetensi dan kenyamanan	28	2
5	Produk memiliki daya tarik.	27	3
	Kepuasan Pelanggan		
1	Pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen	27	3
2	Adanya minat berkunjung kembali setelah membeli di Cv. Nelayan Percut Makmur Medan	29	1
3	Cv. Nelayan Percut Makmur merekomendasikan produk yang tersedia untuk ditawarkan	26	4

Sumber : Hasil Pra-survei. CV. Nelayan Percut Makmur

Berdasarkan latar belakang masalah yang terdapat dalam peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Harga di CV. Nelayan Percut Makmur Medan Lebih terjangkau dari pesaing. Menurut Andi (2015:128) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan. 2
2. CV. Nelayan Percut Makmur Medan selalu memproduksi produk dengan kualitas baik serta memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya. Menurut Kotler dan Keller (2016: 47), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.3.
3. CV. Nelayan Percut Makmur Medan selalu menawarkan produk yang tersedia sehingga para pelanggannya merasa puas dengan pelayanannya. Menurut Oliver dalam Suryanto (2017) Kepuasan pelanggan adalah suatu proses respon terhadap kebutuhan konsumen.

Rumusan Masalah

1. Adakah harga berpegaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.
2. Adakah kualitas produk berpegaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.
3. Adakah pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasaan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.

LANDASAN TEORI

Harga/*price* merupakan salah satu dari kombinasi empat elemen bauran pemasaran, selain produk, Distribusi dan Promosi. Pada umumnya, harga ditetapkan oleh penjual atau produsen. Menurut Nitisusastro (2017), Harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan atau sejumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk barang ataupun produk jasa pada waktu tertentu.

Faktor-faktor harga

Menurut Kotler dan Keller (2016:491-492).

1. Mengenal permintaan produk dan pesaing.

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

2. Target pasar yang hendak dilayani atau diraih.
3. Marketing mix sebagai strategi.

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:
1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat.
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas merupakan faktor pemuas kebutuhan yang tidak lepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Astuti dan Abdullah (2017:16), Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kumudahan dalam pengemasa dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

1. Desain yang bagus, Desain harus orisinil dan memikat cita rasa konsumen, Misalnya desain yang diperhalus untuk mendapat kesan berkualitas.
2. Keunggulan dalam persaingan.
3. Daya tarik fisik.
4. Kaslian.

Indikator Harga

1. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
2. *Confermance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
3. *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
4. *Serviceability,* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi, serta penanganan keluhan secara memuaskan.
5. *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Suryati (2015:93) kepuasan diukur dengan indikator yang terdiri dari yaitu:

1. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.2
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karaktersitik sekunder atau pelengkap.3\
3. *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.4
4. *Confermance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya5
5. *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. *Serviceability,* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

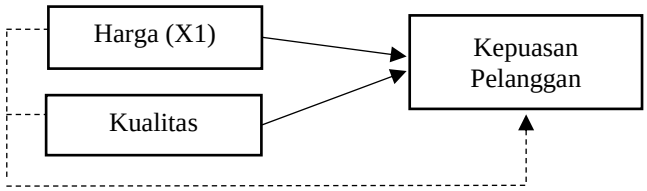
Indikator Kepuasan Pelanggan

1. Kesesuaian harapan.
2. minat berkujung kembali.
3. Kesediaan merekomendasikan.

Kerangka Konseptual

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

Kerangka konseptual merupakan suatu bentuk kerangka berfikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam pemecahan masalah atau suatu hubungan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:
Variabel bebas = Pengaruh Harga (X1) Kualitas Produk (X2)
Variabel terikat = Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka dari itu perlu di uji kebenarannya. Berdasarkan uraian pemikiran di atas dan untuk menjawab identifikasi masalah maka peneliti dapat menyatakan hipotesis sebagai berikut.

H_1: Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan es balok pada CV Percut makmur
H_2: Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan es balok pada CV Percut Makmur
H_3: Ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan es balok pada CV Percut Makmur

Metode

Jenis dan Sumber Data
Jenis Penelitian

Menurut Arikunto (2019, hlm. 136) metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.

Lokasi dan Waktu Penelitian
Lokasi

Dalam penelitian ini penulis memilih CV Nelayan Percut Makmur di Jln. Musyawarah dusun 9 Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli, Sumatera Utara sebagai objek penelitian yang bergerak di bidang Es Balok

Populasi dan Sampel
Populasi

Populasi adalah bagian dari keseluruhan penelitian.

Tabel 2
Data Populasi Konsumen CV. Nelayan Percut Makmur Medan
Januari 2022-Maret 2022

No	Bulan	Total
1.	Januari	740 Konsumen
2.	Februari	630 Konsumen
3.	Maret	745 Konsumen

Sumber: Cv. Nelayan Percut Makmur Medan (2022)

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2018), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau mewakili populasi yang diteliti.

Definisi Operasional Variabel dan Aspek Pengukuran Variabel
Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional menurut Asep Hermawan (2015) adalah penjelasan bagaimana kita dapat mengukur variabel. Pengukuran tersebut dapat dilakukan dengan angka-angka maupun atribut-atribut

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

tertentu. Dalam penelitian ini terdapat variabel yang akan teliti, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Variabel Terikat/Dependen (Y)
Variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya menjadi suatu akibat dikarenakan adanya variabel bebas. Variabel Bebas/Independen, Variabel ini mempunyai pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variable lain, sehingga bisa dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan variabel lain.

b. Variabel Bebas/Independen (X)
Variabel ini mempunyai pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain, sehingga bisa dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas/independen adalah harga (X1), kualitas produk (X2).

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Kuesioner atau Angket
Metode kuisioner digunakan untuk mendapatkan data tentang proses pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan. dalam bentuk pilihan ganda dan berdasarkan dengan indikator-indikator yang ada masing-masing jawabannya mempunyai skor yang berbeda.

Tabel 3
Pedoman Pemberian Skor

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan instrument yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Dan uji reabilitas instrumen dilihat dari besarnya nilai Alpa Cronbach's dengan masing-masing variabel. Alpha Cronbach's digunakan utuk mengetahui reabilitas kekonsistenan. Dan untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki Alpa Cronbach's lebih dari 0,60.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah salah satu metode atau langkah yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan hasil penelitia.

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyo, Sugiyo analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul menggunakan statistik. Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganasilis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Uji Asumsi Klasik

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

1. Uji Normalitas Data

Menurut S. Santoso dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probalitas (*Asymotic Significance*) yaitu:

1. Jika probabilitas >0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal
2. Jika probabilitas <0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak norma.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk itu menguji Heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:275) regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau bahkan lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\mathbf{Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e}$$

Dimana :

Y' = Kepuasan Konsumen
a = Konstanta
b_1 = Koefisien regresi variabel harga (X_1)
b_2 = Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2)
X_1 = Harga
X_2 = Kualitas Produk
e = Tingkat error, tingkat kesalahan

Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji parsial)

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap terhadap variabel dependen secara parsial, menurut Ghozali (2018).

2. Uji F (Uji simultan)

Pengujian Anova atau Uji F bisa dlakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat tingkat signifikan atau dengan membandingkan F itungdngan F tabel.

a. Jika F hitung > F tabel maka = 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima (berpengaruh).
b. Jika F hitung > F tabel maka = 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima (tidak berpengaruh).

Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

$$\mathbf{D = R^2 x100\%}$$

Dimana:

D = Koefisien Determinasi
R^2 = Nilai Korelasi Berganda
!00% = Persentase Kontribusi

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kuantitatif yang dibahas mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.

Data Statistik Deskripsi

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel harga dengan 4 item pernyataan adalah sebagai berikut.

Tabel 4

Hasil Validitas Variabel Harga (X1)

Validitas Harga (X1)				
Item Kuesioner	***Pearson Correlation***	**Sig**	**r Tabel**	**Keterangan**
Item 1	0.774	0.000	0.267	Valid
Item 2	0.679	0.000	0.267	Valid
Item 3	0.723	0.000	0.267	Valid
Item 4	0.682	0.000	0.267	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 25

dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel Harga dinyatakan valid, karena nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0.267

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sejuh mana hasil pengukuran yang baik. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliable atau tidak dengan menggunakan alpha. Kuesioner dikatakan reliable jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan tidak reliable jika sama dengan atau dibawah 0,60 (Sugiyono:2013).

Tabel 5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.676	4

***Sumber**: SPSS (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpa* sebesar 0,676>0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 4 item pernyataan pada variabel harga adalah reliabel atau dikatakan handal.

Tabel 6

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistic

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

***Sumber**: SPSS (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpa* sebesar 0,806>0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 5 item pernyataan pada variabel kualitas produk adalah reliabel atau dikatakan handal.

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	3

***Sumber**: SPSS (2022*

Berdasarkan tabel diatas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpa* sebesar 0,625>0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 3 item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel atau dikatakan handal.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal.

Tabel 8
Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogrorov-Smirnov Test

		Untandardized Residual
N		95
Normal parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05105807
Most Extreme Differences	Absolute	0.51
	Positif	0.41
	Negative	.051
Test Statistic		0.51
Asymp. Sig. (2-tailed		.200[c,d]

***Sumber**: Data Diolah SPSS 25*

Berdasarkan hasil pengujian menunjukan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0.200, ini berarti nilainya diatas nilai signifikan 5% (0.05). oleh karena itu, uji Kolmogorov-smirnov (K-S) menyatakan bahwa variabel residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model	Collinearity Statistics

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

		Tolerance	VIF
1	(Constan)		
	HARGA	.993	1.007
	KUALITA PRODUK	.993	1.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 diatas dapat dilihat:

a. Nilai Tolerance dari variabel Harga dan Kualitas Produk lebih besar dari 0.10, ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
b. Nilai VIF dari variabel Harga dan Kualitas Produk lebih kecil dari 10, ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 10
Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.293	.513		.571	.570
	HARGA	.023	.058	.077	.391	.697
	KUALITAS PRODUK	-.003	.045	-.015	-.074	.941
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Berdasarkan tabel bahwa tidak satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen absolut. hal ini terlihat dari probabilitas signifikasi di atas tingkat kepercayaan 5% jadi disimpulkan model regresi tidak menunjukan adanya heterokedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.

Tabel 11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

1	(Constant)	4.140	.770		5.377	.000
	HARGA	.435	.087	.508	4.994	.000
	KUALITAS PRODUK	.254	.067	.383	3.761	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada tabel 11 kolom Unstandardized Coefficients bagian B diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 4.140+0.435\ X_1-0.254\ X_2+e}$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 4.140 hasil ini memiliki arti bahwa hargai dan kualitas produk dianggap konstan maka berupa kepuasan pelanggan CV Nelayan Percut Makmur Medan (Y) sebesar 4.140
2. Koefisien X_1 = 0.435 variabel harga terdapat kepuasan pelanggan CV. Nelayan Percut Makmur Medan dengan koefisien regresi 0.435 ini memiliki arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel harga sebesar 1 satuan, maka kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.435

Koefisien X_2 = 0.254 variabel kualitas produk i terdapat Kepuasan Pelanggan CV. Nelayan Percut Makmur Medan dengan koefisien regresi 0.254 ini memiliki arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Harga sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.254.

Uji Hipotesis

1. Uji t (persial)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh dari variabel indepeden ke variabel dependen

Tabel 12
Hasil Uji t (persial)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.140	.770		5.377	.000
	HARGA	.435	.087	.508	4.994	.000
	KUALITAS PRODUK	.254	.067	.383	3.761	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN
Sumber: Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t tabel = pada n-k-1 (92-2-1) adalah 89 pada taraf signifikan 5% (0.05) adalah 1.98 maka dengan demikian untuk mengetahui secara persial dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut

1. Nilai t_{hitung} variabel harga (X1) sebesar 4.994 berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 0.000 hipotesis H_1 ditolah karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ (4.994 > 1.98) yang artinya variabel Harga (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 3.761 berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 0.000. hipotesis H_2 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.761 > 1.98) yang artinya variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y

Uji Simultan (F)

Uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

Tabel 13
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.537	2	77.769	121.577	.000[b]
	Residual	56.930	89	.640		
	Total	212.467	91			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

Berdasarkan hasil uji f diatas diperoleh nilai f tabel = pada n-k-1 (90-2-1) adalah 89 pada df 2 adalah 3.10 maka dengan demikian untuk mengetahui secara persial dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut

1. Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji F pada tabel diatas memperlihatkan nilai F hitung sebesar 121.577 dengan signifikasi 0.000. mencari pada tabel F, dengan df1=2 dan df2= 89, diperoleh nilai F tabel sebesar 3.10. dengan kondisi F hitung lebih besar dari pada F tabel (121.577>3.10) dengan nilai signifikasi 0.000 yang berarti lebih kecil dari alpha (0.000<0.05), maka kesimpulan dapat diambil adalah bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) berupa kepuasan Pelanggan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (Bersama-sama) terhadap variabel Y.

Tabel 14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856[a]	.732	.726	.800
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA				
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN				

Sumber: Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabeldiatas diketahui nilai R Square sebesar 0.732 atau 732% hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel harga dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. sedangkan sisanya 100% - 73,2% = 26,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini seperti citra merek, desain produk, brand image, dan lain-lain

KESIMPULAN

Kesimpulan

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan uji parsial dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan dibandingkan dengan variable kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.
2. Berdasarkan uji simultan dapat diketahui bahwa variabel harga dan variabel kualitas produk bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan.
3. Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat diketahui 73,2% Kepuasan pelanggan pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan dapat diperoleh dan dijelaskan harga dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 100%-73,2% = 26,8% dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model, seperti citra merek, desain produk, brand image dan lain-lain.

Saran

Berdasarkan penjelasan dan uraian analisis yang telah dipaparkan diatas maka dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Nelayan Percut Makmur Medan. berikut ini saran yang dijadikan tindak lanjut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. CV. Nelayan Percut Makmur Medan hanya perlu mempertahankan dan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan agar tetap bisa bersaing dengan produk lain.
2. Kualitas Produk pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan responden sudah cukup baik. Maka pihak CV. Nelayan Percut Makmur Medan hanya perlu mempertahankan kualitas produk tersebut agar pelanggan puas dan terus menerus berlangganan
3. Bagi pihak universitas, adalah sebagai bahan untuk mempertimbangkan segala kemungkinan dalam mencari beberapa perbandingan dalam menggolongkan serta membuat pola rata-rata dalam pembagian setiap individu dalam kriteria setiap mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah memberikan kesempatan pada penulis agar menyelesaikan karya ilmiah ini. Penulis berharap karya ilmiah dapat diambil ilmu dan bermanfaatnya bagi yang membutuhkan, dan penulis berterima kasih kepada dosen bimbingan Ibu Nahar Maganda Saragih S.E,.M.Si yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan yang berguna kepada penulis dalam penulisan karya ilmiah ini, dan teristimewa Kepada Orang Tua dan Keluarga Penulis yang telah membimbing serta memberikan dorongan dan bantuan baik dan Do'a materi sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Arikunto. Manajemen Pemasaran..Jakarta. (2019, hlm. 136)

[2] Asep Hermawan.Pengantar Manajemen, edisi 1, Kencana-Jakarta.(2015)

[3] Astuti dan Abdullah "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9.1 (2017) :16

[4] Kotler dan Armstrong.Faktor-faktor harga pemasaran.Yogyakarta. (2016):491-492.

[5] Kotler dan Armstrong .2016:78. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta

[6] Sugiyono (2016). Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Bandung: Alfabeta.

[7] Sugiyono P.D., (2018) Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.

Volume : 2 | Nomor : 1 | Bulan : Maret | Tahun : 2023 | E-ISSN : 2829-4963| DOI: doi.org/10.47709/jebidi.v2i1.219

[8] Tjiptono dalam Suryati."Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia." *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 3.1.(2015):93