

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ujung Koi Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar

Muhammad Nuralam¹, NorhaedahK², Karmilah K³, Nugraha Abhull Azwad K⁴, Rifqi Nur Wahyudi⁵

^{1,2} Universitas Islam Makassar

Abstrak

Penelitian ini untuk menguji dan menganalisis: (1) Pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen. (2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen. (3) Pengaruh Harga dan Kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen Ujung Koi Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan ilmu pasti yaitu melalui observasi, kuesioner dan dokumentasi yang teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan t hitung = 5,673 > t tabel 1,671 dan signifikansi 0,000. (2) Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan t hitung = 2,407 > t tabel 1,671 dan signifikansi 0,000. (3) Harga dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan f hitung = 29,070 > f tabel 3,16, dan signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk dan Kepuasa Konsumen.

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sub sistem bisnis yang mempunyai potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional peranan sektor perikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri peningkatan devisa melalui penyediaan ekspor hasil perikanan penyedia kesempatan kerja peningkatan pendapat nelayan atau pembudidaya ikan dan pembangunan daerah serta meningkatkan kelestarian sumber daya perikanan dan lingkungan hidup.

Harga

Menurut (Sudaryono, 2012), Harga yaitu suatu nilai yang dapat ditukar atau disamakan dengan uang serta barang yang lain pada waktu dan tempat tertentu bagi seseorang atau suatu kelompok dari suatu barang atau jasa tertentu. Menurut (Mc

Carthy, 2016), harga adalah biaya untuk sesuatu. Menurut (Kotler, P., dan Keller, 2013), Percaya bahwa biaya mengacu pada nilai serta uang yang dikenakan untuk suatu barang dan jasa, yang sama dengan biaya yang ditetapkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini terjadi untuk kemiskinan, tapi bukan harga dalam dekade ini (10 tahun), berbagai faktor telah menjadi lebih umum. Dalam arti tersempit, harga mengacu pada layanan atau jumlah yang dibebankan untuk suatu layanan.

Kualitas

kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen (F. & G. C. Tjiptono, 2012).

Produk

Produk mengacu pada semua komoditas yang disediakan di pasar untuk menarik perhatian, membeli, menggunakan konsumsi dan yang dapat memenuhi permintaan (Daryanto, 2013), hal ini dapat menyediakan pasar untuk memberikan kepuasan pada konsumen atau kebutuhan merek (Widiyono., 2013).

Kualitas Produk

Menurut (Lupiyoadi & Hamdani, 2014) Kualitas produk adalah “*degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements*” yang artinya kualitas produk adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan.

Kepuasan

Menurut (C. & Tjiptono, 2014), Kepuasan adalah tingkat perasaan yang dirasakan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan (layanan yang diterima dan dirasakan) dengan harapannya.

METODE

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif berdasarkan judul yang dibuat dengan menggunakan metode survey. Survey dalam penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian untuk memperoleh informasi mengenai kepuasan konsumen yang bias berpengaruh terhadap penilaian kualitas dan harga. Adapun tujuan diadakan penelitian deskriptif ini yaitu untuk menjelaskan pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen serta variabel yang dapat mendukung secara cermat berdasarkan fenomena yang ada dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner dan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) sebagai aplikasi untuk menguji data hasil penelitian. Dimana aplikasi yang digunakan yaitu SPSS 23. Sampel yang diwakili menurut rumus slovin dapat dilihat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persentasi kesalahan yang dapat di toleransi. Adapaun ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel; $10\% = 0,1$

Diketahui jumlah populasi sebanyak 150 Konsumen, maka perhitungan jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{150}{1 + 150 \cdot (0,1)^2} = 60$$

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 60 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

1. Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Harga (X1)	0,708	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0,767	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,826	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $>0,60$ maka butir pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

2. Uji Validitas

a. Uji Validitas Harga

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X)	1	0,537	0,254	Valid
	2	0,702	0,254	Valid
	3	0,625	0,254	Valid
	4	0,736	0,254	Valid
	5	0,789	0,254	Valid

Sumber: Hasil Olah data SPSS 2022

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari r hitung > r tabel.

b. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	1	0,791	0,254	Valid
	2	0,760	0,254	Valid
	3	0,818	0,254	Valid
	4	0,625	0,254	Valid
	5	0,601	0,254	Valid

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari r hitung > r tabel.

c. Uji Validitas Variabel Konsumen

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Konsumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,791	0,254	Valid
	2	0,760	0,254	Valid
	3	0,818	0,254	Valid
	4	0,625	0,254	Valid
	5	0,601	0,254	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari r hitung > r tabel.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.599	2.769		.577	.566
	Harga (X1)	.645	.114	.577	5.673	.000
	Kualitas Produk (X2)	.262	.109	.245	2.407	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Dari hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel 5 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,599 + 0,645 (X1) + 0,262 (X2)$$

Dari persamaan regresi tersebut diperoleh:

1. Nilai koefisien Harga (X1) sebesar 0,645, berarti jika harga diturunkan, maka Kepuasan Konsumen (Y) juga akan meningkat dengan ketentuan variabel Kualitas Produk (X2) konstan.
2. Nilai koefisien Kualitas produk (X2) sebesar 0,262, berarti jika kualitas produk diturunkan maka Kepuasan Konsumen (Y) juga akan meningkat dengan ketentuan variabel Kualitas Produk (X1) konstan.

Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Hasil dari pengujian data untuk mengetahui pengaruh parsial atau keseluruhan (uji t) yaitu dengan menggunakan spss yang hasil datanya tersaji pada tabel 6:

Tabel 6. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.
Harga (X1)	5,673	1,671	0,000
Kualitas Produk (X2)	2,407	1,671	0,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa maka diperoleh t tabel = 1,671. Apabila nilai tingkat signifikansinya < 0.05 dan t hitung $>$ tabel, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan. Tetapi sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka H_o diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.

Hasil Uji Signifikan (Uji f)

Untuk mengukur besaran pengaruh variabel *indepdent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* maka dilakukan pengujian sumultan (Uji f)

Tabel 7. Hasil Uji Signifikan (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	113.918	2	56.959	29.070	.000 ^a
Residual	111.682	57	1.959		
Total	225.600	59			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Dari hasil olahan data diatas terdapat f hitung sebesar= 29,070 adapun nilai f tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat bebas pembilang (df1) sebesar K (Jumlah variabel bebas) = 2 dan derajat bebas penyebut (df2) sebesar $N-k-1 = 60-2-1 = 57$ yaitu sebesar 3,16. Jika nilai f ini dibandingkan, maka nilai f hitung jauh lebih besar dari f tabel ($29,070 > 3,16$) dan diperoleh

nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000, nilai ini sangat kecil dibandingkan α (α) yang digunakan yaitu 0.05, sehingga bisa ditarik kesimpulan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yakni variabel harga (X_1) dan variabel kualitas (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) Uyung Koi.

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa variabel X_1 dan X_2 (harga dan kualitas produk) secara simultan atau bersama- sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabe kepuasan konsumen (Y) uyung Koi.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.488	1.39976

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X_2), Harga (X_1)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan tabel 5.11 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,711 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X_1 dan X_2 maka semakin besar pula nilai Y . Nilai R^2 sebesar 0,505 yang berarti 50,5% kepuasan konsumen dipengaruhi variabel harga dan kualitas produk.

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dan menghasilkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Uyung koi kelurahan sudiang kecamatan biringkanaya kota makassar. Hal ini terbukti dengan hasil nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 5,673 dengan nilai t tabel 1,671, yang berarti t hitung (5,673) lebih besar dibanding t tabel (1,671) dan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 0,05. Maka hipotesis pertama menyatakan “**Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen**”.

Harga merupakan salah satu pertimbangan yang sangat diperhatikan seorang konsumen ketika ingin membeli suatu produk. Ketika harga sesuai dengan kepuasan terhadap produk yang dibelinya maka akan membuat citra produk menjadi baik inilah yang menjadi salah satu faktor dalam penelitian ini yang menyatakan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dan menghasilkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Uyung koi kelurahan sudiang kecamatan biringkanaya kota makassar. Hal ini terbukti dengan hasil nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 2,407 dengan nilai t tabel 1,671, yang berarti t hitung (2,407) lebih besar

dibanding t tabel (1,671) dan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 0,05. Maka hipotesis kedua menyatakan **“Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen”**.

Pengaruh signifikansi dalam penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas produk akan memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen untuk membeli di uyung koi. Dalam arti, apabila konsumen merasakan bahwa uyung koi memiliki kualitas produk yang baik dan berkualitas, maka hal tersebut akan memberikan konsumen merasa puas.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan pada hasil penelitian harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Uyung koi kelurahan sudiang kecamatan biringkanaya kota makassar yang menunjukkan bahwa f hitung sebesar $f = 29,070$ adapun nilai f tabel pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas pembilang (df1) sebesar K (jumlah variabel bebas) = 2 dan derajat bebas penyebut (df2) sebesar $N - k - 1 = 60 - 2 - 1 = 57$ sebesar 3,16. Jika nilai f ini dibandingkan, maka nilai f hitung jauh lebih besar dari f tabel ($29,070 > 3,16$) dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai ini sangat kecil dibandingkan α (*alpha*) yang digunakan yaitu 0,05. Maka hipotesis ketiga menyatakan **“Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen”**.

Pengaruh signifikan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersamaan akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam arti, apabila konsumen merasakan bahwa uyung koi memiliki harga dan kualitas yang sama baik, maka hal tersebut akan memberikan konsumen merasakan puas. Harga dan kualitas produk dirasa penting bagi konsumen karena konsumen ingin mendapat manfaat sesuai dengan harga yang telah dibayar dengan kualitas yang diharapkan.

Berdasarkan koefisien korelasi (R) ditemukan hasil sebesar 0,711. Dari hasil tersebut maka dapat ditafsirkan bahwa hubungan variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Hal inilah yang menjadi alasan dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas dan harga secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

1. Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Uyung Koi Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. Hal ini terbukti dengan nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 5,673 dengan nilai t tabel 1,671, yang berarti t hitung (5,673) lebih besar dibanding t tabel (1,671) dan mempunyai tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari signifikan 0,05, sehingga H1 diterima, maka hipotesis pertama menyatakan **“Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen”**.
2. Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Uyung Koi Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. Hal ini terbukti dengan nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 2,407 dengan nilai t tabel 1,671, yang berarti t hitung (2,407) lebih besar dibanding t tabel (1,671) dan mempunyai tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 0,05, sehingga H_2 diterima, maka hipotesis kedua menyatakan "Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen".

3. Harga dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Uyung Koi Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar yang menunjukkan bahwa f hitung sebesar $f = 29,070$ adapun nilai f tabel pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas pembilang (df_1) sebesar K (jumlah variabel bebas) = 2 dan derajat bebas penyebut (df_2) sebesar $N - k - 1 = 60 - 2 - 1 = 57$ sebesar 3,16. Jika nilai f ini dibandingkan, maka nilai f hitung jauh lebih besar dari f tabel ($29,070 > 3,16$) dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai ini sangat kecil dibandingkan α (α) yang digunakan yaitu 0,05, sehingga H_3 diterima. Maka hipotesis ketiga menyatakan "**Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen**".

Referensi :

- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kotler, P., dan Keller, K. . (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi & Hamdani. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mc Carthy, E. J. (2016). *Basic Marketing*. McGraw-Hill.
- Sudaryono. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pembelajaran*. graha ilmu.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- . 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, C. &. (2014). *Pemasaran Strategik (Kedua)*. ANDI.
- Tjiptono, F. & G. C. (2012). *Service Quality Satisfaction*. Andi Offset.
- Widiyono., & P. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*. Motra Wacana Media.