

## **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak**

**Selvi Nur Kholizah Rambe<sup>1</sup>, Bayu Eko Broto<sup>2</sup>, Fauziah Hanum<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, Universitas Labuhanbatu.

### **Abstrak**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Hasanah Bakery, penentuan sampel menggunakan probability sampling yang berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan observasi sebagai instrumen penelitian. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dimana data diolah menggunakan SPSS 20.0 *for windows*. Analisis data dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik berupa Normalitas, Multikolinearitas Heterokedastisitas, Regresi Linear Berganda, Pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F serta Uji Determinan Koefisien. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 2,853 > t_{tabel} 1,660$  dengan taraf signifikan 0,005. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 0,421 < t_{tabel} 1,660$  dan taraf signifikan 0,675. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dengan signifikan dengan nilai  $t_{hitung} 2,934 > t_{tabel} 1,660$  dengan taraf signifikan 0,004. Hasil Penelitian berdasarkan Uji F secara simultan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Produk, Harga, Pelayanan, Kepuasan, Kuantitatif.

### **Abstract**

*The study aims to determine and analyze the effect of product quality, price, service quality on customer satisfaction at Hasanah Bakery Kampung Pajak. The population in this study were consumers of Hasanah Bakery, determining the sample using probability sampling which amounted to 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires and observation as research instruments. This type of research is descriptive quantitative where the data is processed using SPSS 20.0 for windows. Classical Assumption Test in the form of Normality, Multicollinearity Heterokedastisitas, Multiple Linear Regression, Hypothesis testing using t test and F test and Coefficient Determination Test. The research results show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a tcount value of  $2.853 > t_{table} 1.660$  with a significant level of 0.005. Price has a positive and insignificant effect on customer satisfaction with a tcount value of  $0.421 < t_{table} 1.660$  and a significant level of 0.675. Service quality has a positive and significant effect with a tcount value of  $2.934 > t_{table} 1.660$  with a significant level of 0.004. Research results based on the F test simultaneously product quality, price, service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Translated with DeepL.com (free version).*

**Keywords :** Product, Price, Service, Satisfaction, Quantitative

---

Copyright (c) 2024 Selvi Nur Kholizah Rambe1

✉ Corresponding author :

## PENDAHULUAN

Beragamnya jenis kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk dan jasa yang sejalan dengan berkembangnya zaman, membuat persaingan antar bisnis menjadi semakin pesat sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan bersaing. Seiring berkembangnya IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) tentu banyak melahirkan inovasi mulai dari usaha kecil sampai usaha yang besar. Dalam hal ini usaha yang banyak diminati masyarakat adalah Toko Roti.

Berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pertanian 2017, konsumsi produk roti mencapai kenaikan presentase hampir 100% setiap tahunnya, disusul oleh produk lainnya seperti kue kering, macam-macam roti dan cakes (Yusdistara, 2021). Dilihat dari sumber tersebut bahwa usaha roti dan cake mampu mengalahkan usaha kuliner lainnya. Hal ini mungkin disebabkan karena usaha roti dapat dengan mudah memberikan kepuasan pada konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara efektivitas yang dirasakan dari suatu produk atau hasil dengan harapan-harapannya terhadap tindakan konsumen (Sari, 2021). Beberapa faktor yang mendorong kepuasan konsumen diantaranya dilihat dari segi harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan. Faktor tersebut menjadi visi misi dari Toko Hasanah Bakery yang merupakan salah satu usaha kuliner dari banyaknya Toko Roti lainnya yang berada di Labuhanbatu. Toko Hasanah Bakery memiliki cabang diberbagai daerah salah satunya di daerah Kampung Pajak, Labuhanbatu Utara. Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak sudah berdiri sejak tahun 2015 dimana Toko ini sudah memproduksi kue selama kurang lebih 8 Tahun, Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak menjual berbagai jenis produk makanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen diantaranya : Kue Ulang Tahun/ pernikahan, Lapis keju, Bolu caramel, Brownis, Black Forest, Kue pisang dan aneka kue lainnya. Toko Hasanah Bakery juga menerima tempahan kue bolu untuk acara ulang tahun dan pernikahan dimana konsumen memesan H-3 sebelum acara.

Kualitas produk pada Toko Hasanah Bakery merupakan faktor fundamental yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis produk dan layanan yang meningkat pesat saat ini. Kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, karena kualitas produk memperoleh nilainya dari kemampuan produk untuk menghasilkan kepuasan pelanggan (Arnida et al., 2023). Toko Hasanah Bakery selalu memperhatikan kualitas produk yang mereka jual dengan menggunakan bahan premium tidak hanya itu Hasanah Bakery juga memiliki beragam jenis roti yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, Oleh karena itu Toko Hasanah Bakery menjadikan kualitas produk menjadi salah satu variabel sebagai keberhasilan kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan survei dilakukan peneliti pada tanggal 2 Desember 2023, sebagian konsumen Hasanah Bakery Kampung Pajak yang merasa puas dengan produk yang dihasilkan karena kualitas produk dengan cita rasa yang pas dan lembut. Salah satu pelanggan Hasanah Bakery Kampung Pajak inisial YS mengatakan kerap kali membeli kue ditoko tersebut karena kualitas produk dan rasa yang lembut.

Dalam segi harga Toko Hasanah Bakery selalu berusaha menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan agar konsumen tidak merasa rugi atas nominal yang diberikan terhadap produk yang didapat. Berdasarkan survei yang dilakukan peneliti yang datang langsung ke Toko Hasanah Bakery, Peneliti meninjau harga pada Toko Hasanah Bakery cukup terjangkau meskipun ada beberapa produk yang bisa dikatakan mahal namun kualitas serta ukuran sebanding dengan harganya. Menetapkan harga yang tepat dan meyakinkan konsumen bahwa harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas roti yang mereka beli. Hal ini sejalan dengan penelitian (Mariansyah & Syarif, 2020) yang

mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Toko Hasanah Bakery menggunakan beberapa pekerja/karyawan dalam membantu melayani para konsumen yang datang untuk membeli, Karyawan yang bekerja di Toko Hasanah Bakery juga dilatih bagaimana cara melayani konsumen sebelum memulai bekerja.. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada konsumen Hasanah Bakery Kampung Pajak sebagian konsumen menyatakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko cukup baik dan ramah dimana karyawan toko bertanya kue yang ingin dibeli konsumen dan memberikan beberapa rekomendasi kue terbaru, Kualitas layanan atau masalah layanan juga merupakan kunci dari perkembangan bisnis sebuah perusahaan, tentunya layanan yang ramah dan sesuai dengan harapan akan menjamin kepuasan pelanggan (Saputra & Bustami, 2023).

Berdasarkan pernyataan latar belakang diatas dapat dikatakan bahwa setiap konsumen pasti memiliki harapan (ekspetasi) yang akan diperoleh, seperti Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa dan Pelayanan demi mencapai Kepuasan Konsumen itu sendiri. Maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak, Labuhanbatu Utara.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak dengan metode kuantitatif, Dimana metode kuantitatif adalah pengeolahan data yang berbentuk angka-angka. Untuk data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarakan secara online menggunakan google form dan dibagikan kepada responden. Data yang telah dikumpulkan melalui google form dikelola menggunakan SPSS 20.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari semua nilai yang dapat menjadi hasil dari menghitung atau mengukur, kuantitas atau kualitas karakteristik tertentu untuk sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya (Sudjana dalam Hartati et al., 2022). Dengan kata lain populasi adalah keseluruhan objek/subjek yang ditetapkan peneliti untuk dicari tau. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak.

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang dipilih untuk sumber data penelitian. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 orang, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Profil Responden

No	Variabel demografis	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	16	16 %
		Perempuan	84	84 %

		< 20 Tahun	4	4 %
2.	Usia	21 – 35 Tahun	92	92 %
		36 – 45 Tahun	3	3 %
		> 45 Tahun	1	1 %
		Pegawai Negeri	1	1 %
		Wiraswasta	31	31 %
3.	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	37	37 %
		Dan lain-lain	31	31 %
		Jumlah	100	100 %

Berdasarkan Tabel Profil Responden dapat dilihat pada jenis kelamin responden yang menjawab lebih dominan perempuan sebanyak 84 orang, sedangkan laki-laki yang memberikan jawaban sebanyak 16 orang. Kemudian variabel Usia responden yang dominan menjawab yaitu responden yang berusia 21 – 35 Tahun sebanyak 92 orang diikuti dengan usia lainnya. Terakhir variabel Pekerjaan dimana setiap kategori memiliki selisih yang dekat seperti responden yang sebagai Pelajar/Mahasiswa menjawab sebanyak 37 orang diikuti dengan responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 31 orang, untuk kategori dan lain-lain responden yang bekerja tidak seperti kategori yang peneliti sebutkan sebanyak 31 orang.

### Uji Validitas

Uji Validitas digunakan sebagai alat ukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian menurut Ghazali dalam (Noer et al., 2022). Nilai signifikansi yang berada dibawah 0,05 menunjukkan sebagai item yang valid dan jika nilai rhitung > rtabel maka butir kuesioner dinyatakan valid. Pemeriksaan uji validitas selengkapnya ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 2.** Uji Validitas

Variabel	Item Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	Item 1	0.701	0.361	Valid
	Item 2	0.648	0.361	Valid
	Item 3	0.458	0.361	Valid
	Item 4	0.736	0.361	Valid
	Item 5	0.568	0.361	Valid
	Item 6	0.568	0.361	Valid
Harga (X2)	Item 1	0.838	0.361	Valid
	Item 2	0.715	0.361	Valid
	Item 3	0.703	0.361	Valid
	Item 4	0.755	0.361	Valid
	Item 5	0.702	0.361	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	Item 1	0.662	0.361	Valid
	Item 2	0.766	0.361	Valid
	Item 3	0.546	0.361	Valid
	Item 4	0.585	0.361	Valid
	Item 5	0.706	0.361	Valid

Kepuasan Konsumen (Y)	Item 1	0.719	0.361	Valid
	Item 2	0.619	0.361	Valid
	Item 3	0.583	0.361	Valid
	Item 4	0.684	0.361	Valid

Berdasarkan hasil Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan nilai rhitung > rtabel dimana rtabel dalam penelitian yaitu 0.361 dan sesuai dengan pengambilan keputusan maka seluruh item pernyataan kuisioner dapat dinyatakan valid.

**Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui hasil pengukuran yang konsisten jika dilakukan pengukuran dengan alat ukur yang sama, suatu indikator dalam kuesioner dapat diterima jika koefisien alpha memiliki nilai > 0,6 menurut Sugiono(Waspo et al., 2013). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Pada uji ini dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,60 dimana :  
 $\alpha > 0,60$  artinya instrument reliable  
 $\alpha < 0,60$  artinya instrument tidak reliable.

**Tabel 3.** Uji Reabilitas

Variabel	Cronchbach's Alpha	Koefisien Standar alpha	Status
Kualitas Produk (X1)	0.668	0.6	RELIABEL
Harga (X2)	0.795	0.6	RELIABEL
Kualitas Pelayanan (X3)	0.651	0.6	RELIABEL
Kepuasan Konsumen (Y)	0.771	0.6	RELIABEL

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas menunjukkan semua variabel yang diuji lebih besar dari nilai yang ditetapkan.Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat ukur serta digunakan untuk dilakukan pengujian pada tahap berikutnya.

**Uji Asumsi Klasik**

Menurut Ghozali (2018), Uji asumsi klasik digunakan oleh peneliti untuk memeriksa apakah data yang terkumpul memiliki kualitas yang baik. Jika data yang terkumpul memenuhi semua kriteria, maka data yang ada termasuk dalam kategori data yang berkualitas baik.Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

**Normalitas**

**Tabel 4.** Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,09561279
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,037
Kolmogorov-Smirnov Z		,881
Asymp. Sig. (2-tailed)		,419

Berdasarkan pada Tabel 4 Uji Normalitas pada peneilitan ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.881 dengan nilai signifikansi sebesar 0.419 dengan tingkat signifikansi  $> 0,05$ . Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini dapat disimpulkan berdistribusi normal atau memenuhi normalitas.

**Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai pada toleransi variabel dan Variance Inflation Factor (VIF).

- a.  $VIF > 10$  Maka terjadi multikolinearitas.
- b.  $VIF < 10$  Maka tidak terjadi multikolinearitas.
- c. Tolerane  $< 0,1$  maka terjadi multikolinearitas.
- d. Tolerance  $> 0,1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas**

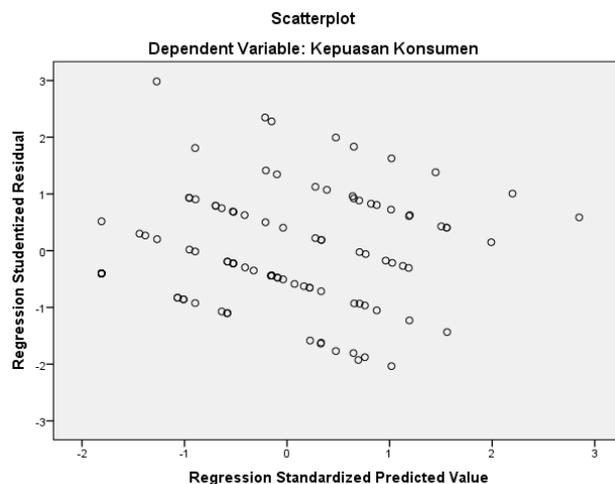
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas produk	,687	1,456
Harga	,706	1,416
Kualitas Pelayanan	,870	1,149

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa seluruh variabel mempunyai nilai Tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan semua variabel independen tidak terjadi Multikolinearitas.

**Heterokedastisitas**

Menurut Ghozali (2018:137) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**Tabel 6. Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat titik-titik terdistribusi secara acak baik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen Kualitas produk(X1), harga(X2), kualitas pelayanan(X3) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen(Y). Data diolah secara statistik untuk keperluan analisis dan pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu program SPSS 20.0 for windows. Maka dari tabel *coefficient* dapat dihasilkan output sebagai berikut :

**Tabel 7.** Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4,663	2,317		2,012	,047	
1	Kualitas Produk	,234	,082	,304	2,853	,005
	Harga	,035	,084	,044	,421	,675
	Kualitas Layanan	,272	,093	,278	2,934	,004

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

$$Y = 4,663 + 0,234X1 + 0,035X2 + 0,272X3$$

Berdasarkan model diatas maka hasil persamaan Regresi Linear Berganda dapat digambarkan output sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,663, artinya jika Kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen (Y) nilainya sebesar 4,663.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,234 koefisiennya bernilai positif hal ini dapat diartikan apabila Kualitas produk (X1) naik 1 % maka Kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,234.
3. Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0,035 koefisiennya bernilai positif hal ini dapat diartikan apabila Harga (X2) naik 1 % maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,035.
4. Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X3) sebesar 0,272 koefisiennya bernilai positif hal ini dapat diartikan apabila kualitas layanan (X3) naik 1 % maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,272.

**Pengujian Hipotesis dengan Uji t**

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Nilai thitung diperoleh dari pengolahan data SPSS 20.0 for windows, kemudian akan dibandingkan dengan nilai ttabel pada tingkat  $\alpha = 5\%$  nilai ttabel yang digunakan adalah nilai distribusi t dengan derajat bebas (df) yaitu  $df = (n - k) = 100 - 4 = 96$ , Uji thitung yang digunakan adalah uji dua arah maka ttabel adalah t 5% atau t0,05 (96) = 1,660.

**Tabel 8.** Uji Parsial ( t )

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4,663	2,317		2,012	,047
	Kualitas Produk	,234	,082	,304	2,853	,005
1	Harga	,035	,084	,044	,421	,675
	Kualitas Layanan	,272	,093	,278	2,934	,004

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk variabel Kualitas produk (X1) diperoleh thitung (2,853) > ttabel (1,660) dengan taraf signifikan 0,005 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Untuk variabel Harga (X2) diperoleh thitung (0,421) < ttabel (1,660) dengan taraf signifikan 0,675 > 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis ditolak.
3. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) diperoleh thitung (2,934) > ttabel (1,660) dengan taraf signifikan 0,004 < 0,05. Hasil menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

### Pengujian Hipotesis dengan Uji F

Uji Simultan (Uji F) dilakukan bertujuan untuk melihat apakah semua variabel independent yang dimasukkan memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependent. Kemudian akan dihitung ftabel pada tingkat  $\alpha = 5\%$  nilai ftabel yang digunakan adalah nilai dengan derajat bebas (df) yaitu  $df_1 (k-1) = 4 - 1 = 3$ , dan  $df_2 (n-k) = 100 - 4 = 96$ , maka ttabel adalah  $(3:96) = 2,699$ . Hasil perhitungan menggunakan SPSS 20.0 for windows disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 9. Uji F

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	39,524	3	13,175	10,643	,000 <sup>b</sup>
Residual	118,836	96	1,238		
Total	158,360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat nilai fhitung (10,643) > ftabel (2,699) dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama – sama variabel Kualitas produk, harga, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak pada taraf kepercayaan 95% dan alpha 5%. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

### Koefisien Determinan

Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam output SPSS koefisien determinan terletak pada tabel *Model Summary* pada bagian *R Square*. Nilai *R Square* dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Nilai koefisien determinan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Koefisien Determinan

Model Summary <sup>b</sup>	
----------------------------	--

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,500 <sup>a</sup>	,250	,226	1,113

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk  
 b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien determinan *R Square* adalah 0,250 artinya bahwa kemampuan variabel kualitas produk, harga, kualitas layanan dapat menjelaskan variasi dari kepuasan konsumen sebesar 25,0% sedangkan sisanya sebesar 75% dijelaskan oleh variabel/faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas produk Hasanah Bakery Kampung Pajak sudah cukup baik, yang artinya konsumen setuju dimana rasa, bentuk, varian, dan aroma yang ditawarkan Hasanah Bakery Kampung Pajak mampu memberikan kepuasan dan memenuhi ekspektasi konsumen. Berdasarkan hasil uji-t, maka variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  (2,853) >  $t_{tabel}$  (1,660) dan taraf signifikan (0,005) < 0,05. Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dona & Hayanuddin 2022), (Alvin & Amirudin 2020), dan (Andesva & Sri 2023) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen.

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian variabel harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  (0,421) <  $t_{tabel}$  (1,660) dan taraf signifikan (0,675) > 0,05. Hal ini berarti bahwa harga tidak terlalu memberikan kepuasan kepada konsumen, ada beberapa faktor yang menyebabkan harga tidak terlalu memberikan kepuasan kepada konsumen contohnya seperti adanya peningkatan atau penurunan harga dan indikator yang digunakan tidak sepenuhnya dapat memberikan kepuasan konsumen selain itu, konsumen yang membeli produk kemungkinan akan berfikir lagi ketika hendak membeli produk tersebut terlebih karna konsumen sudah mengetahui harga yang diperoleh belum sesuai dengan harapannya. Seperti dalam penelitian (Pohan, 2022, 2023) yang menyatakan bahwa Menetapkan harga memang cukup sulit karena harus mempertimbangkan beberapa hal salah satunya jika menetapkan harga terlalu mahal maka produk bersangkutan tidak akan terjangkau oleh target pasar namun, jika harga terlalu murah maka perusahaan sulit mendapatkan laba serta mengolah dana usaha dan sebagian konsumen akan mempersepsikan kualitas produk buruk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Muzammil 2020), (Novia & Dita 2023), dan (Tri Melda 2021) yang menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Toko Hasanah Bakery Kampung Pajak. Hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung}$  (2,934) >  $t_{tabel}$  (1,660) dan taraf signifikan (0,004) < 0,05. Hal ini berarti responden setuju dengan kualitas layanan Hasanah Bakery Kampung Pajak dimana karyawan sudah memberikan pelayanan yang baik seperti memberikan informasi produk kepada konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Grefie Lumintang 2020) yang berjudul Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada Holand Bakery Boulevard Manado, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan secara simultan/bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Hasanah Bakery Rantauprapat. Hal ini dapat terlihat dari hasil uji F (simultan) pada program SPSS 20.0 yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  (10,643) >  $F_{tabel}$  (2,699) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . dan taraf kepercayaan 95% dan Alpha 5% dapat diterima. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 0,250 atau 25,0% sedangkan sisanya atau sebesar 75% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### **SIMPULAN**

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hasanah Bakery Kampung Pajak.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Hasanah Bakery Kampung Pajak.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hasanah Bakery Kampung Pajak.
4. Secara simultan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hasanah Bakery Kampung Pajak.

### **Referensi :**

- Arnida, Meda, T., & Sabridah. (2023). Analisis Hubungan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen Alfabiah Cookies). *Akemen Jurnal Ilmiah*, 20 Nomor 2, 148-157.
- Hartati, S., Lubis, J., & Hanum, F. (2022). The Influence of Brand Ambassador on Purchasing Decisions for Wardah Products with Brand Image As An Intervening Variable at Indomaret Sigambal. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(3), 435-439. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems993>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Noer, M. F., Broto, B. E., & Hanum, F. (2022). Emotional Intelligence, Intellectual Intelligence and Quality of Work Life on the Performance of the Labuhanbatu Regency Transportation Service Employees. *Budapest International Research ...*, 10694-10704.
- Pohan, M. Y. A. (2022). *The Influence of Product Quality on Positive Word-of-mouth Communication , Case Study at Kedai Wak Edoy Malang*. 3(2).
- Pohan, M. Y. A. (2023). Wisata Petualangan: Menguji Faktor Pendorong Niat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata. *Jumsi*, 5(4), 1-14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Saputra, A. N., & Bustami, T. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surya Bakery. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 2(April), 80-85.
- Sari, Y. R. (2021). Pengaruh citra perusahaan, kualitas produk dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(2), 165.
- Waspodo, A. A., Handayani, N. C., & Paramita, W. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Stres Kerja terhadap Turnover Intention pada Karyawan PT. Unitex di Bogor. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(1), 97-115.
- Yusdistara, W. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Reza Bakery Padangsidimpuan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol.5, No.3(3),

