

M. Safiq Ahlu Solah

by Yasir Infinity

Submission date: 13-Aug-2022 11:06PM (UTC-0400)

Submission ID: 1882187296

File name: SENMEA_SAFIK.docx (197.38K)

Word count: 2210

Character count: 11045

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
TOKO BUNGA 3 PUTRA BARON NGANJUK**

M. Safiq Ahlu Solah¹, Ismayantika Dyah P M.B.A², Dyah Ayu Paramitha M,Ak³
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Ahluollahsafi@gmail.com

Tanggal Masuk :
Informasi artikel :
Tanggal Revisi :
Tanggal diterima:

Abstract

The background of this research is due to the intense business competition, business people must have a strategy in defending their business. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions at Toko Bunga 3 Putra. This study uses a causal causal technique with a sample of 40 respondents who were analyzed using the classical assumption test, multiple linear, coefficient of determination and hypothesis testing using SPSS version 25 software. the result that the three independent variables have a simultaneous effect on consumer satisfaction.

Keywords: Kualitas produk, harga, promosi, kepuasan konsumen.

Abstrak

Latarbelakang dari penelitian ini adalah karena terjadinya persaingan bisnis yang ketat maka para pelaku bisnis haruslah memiliki strategi dalam mempertahankan bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toko Bunga 3 Putra. Penelitian ini menggunakan teknik kausal sebab-akibat dengan sampel sebanyak 40 responden yang dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan software spss versi 25. Dengan hasil menyatakan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh secara parsial sedangkan harga tidak berpengaruh dan didapatkan hasil bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Keywords: Kualitas produk, harga, promosi, kepuasan konsumen.

Pendahuluan

Pada saat ini banyak sekali muncul kompetitor-kompetitor baru dalam sebuah bisnis, oleh karena itu persaingan menjadi semakin ketat. Salah satu faktor yang menjadi target sebuah perusahaan adalah kepuasan konsumen, maka perusahaan haruslah memahami apa yang diinginkan konsumen agar konsumen mejadi loyal pada perusahaan karena aset dari perusahaan bukan hanya pada materi saja. Persaingan yang muncul pada perusahaan yang sejenis mengakibatkan perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen. Berbagai cara yang dilakukan salah satunya ialah memperhatikan kualitas produk merupakan karakteristik dari produk maupun layanan yang tergantung oleh kemampuan guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan yang dapat dinyatakan maupun tersirat [1]. Selain memperhatikan kualitas produk perusahaan juga harusnya memperhatikan harga agar tidak kalah dengan kompetitor sejenis. Harga ialah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan guna mendapatkan keuntungan dari memiliki maupun menggunakan suatu produk maupun jasa [2]. Harga juga dapat membuat persepsi terhadap kualitas produk maupun jasa yang di berikan,

jika semakin tinggi harga maka akan semakin tinggi juga kualitas yang didapatkan. Untuk menarik konsumen perusahaan juga harusnya melakukan promosi guna melakukan promosi agar produk dapat diketahui oleh khalayak umum. Promosi adalah ungkapan kegiatan yang efektif untuk mendorong konsumen membeli produk maupun jasa yang ditawarkan [3]. Penelitian ini dilakukan pada Toko Bunga 3 Putra karena pada objek penelitian ditemukan sebuah peristiwa dimana Toko Bunga 3 Putra tidak terlalu memperhatikan kualitas produknya dan promosi yang dilakukan hanya alakadarnya namun pada harga yang diberikan lebih miring dibandingkan kompetitor yang lainnya.

Metode

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dalam penelitian berasal dari tanggapan 40 responden. Variable yang digunakan yaitu kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dengan mengambil populasi dari konsumen Toko Bunga 3 Putra serta pengambilan sampel non probability dengan insidental sampling.

Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik dalam menguraikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra. Hal ini dilakukan guna mengetahui seberapa berpengaruhnya variabel kualitas produk, harga dan promosi dalam kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.

Tabel 1

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	4	10%
Perempuan	36	90%
Total	40	100%

Sumber: spssv 25

Diketahui dari data angket yang di sebarakan bahwa terdapat 4 responden atau 10% berjenis kelamin pria dan 36 atau 90% berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 tahun	17	42,5%
26-30 tahun	5	12,5%
31-35tahun	12	30%
35 tahun	6	15%
Total	40	100%

Sumber: spss v 25

Dari hasil jawaban seluruh responden ditemukan bahwa usia dari responden ialah 17-25 tahun sebanyak 42,5%, responden dengan usia 26-30 sebanyak 5 orang atau 12,5%, 31-35 tahun sebanyak 12 orang atau 30% dan usia 35 tahun keatas sebanyak 6 orang atau 15%.

9 Tabel 3

Item	Persentase Jawaban Responden										Rata Rata
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	F	%	f	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	3	7,5	5	12,5	21	52,5	11	27,5	4
X1.2	0	0%	8	20	12	30	10	25	10	25	3,55
X1.3	0	0%	1	2,5	10	2,5	21	52,5	8	20	3,9
X1.4	0	0%	3	7,5	6	15	18	45	13	32,5	4,03
X1.5	0	0%	10	25	8	20	11	27,5	11	27,5	3,58
X1.6	0	0%	2	05.00	11	27,5	20	50	7	17,5	3,8
X1.7	0	0%	5	12,5	6	15	16	40	13	32,5	3,93
X1.8	0	0%	8	20	10	25	12	30	10	25	3,6
Rata-rata Variabel Kualitas Produk (X1)											3,03

Sumber: spss v25

10

Dari hasil pengelompokan jawaban pernyataan pada kualitas produk responden diperoleh rata-rata sebesar 3,03 yang termasuk kategori yang baik. Hasil ini membuktikan bahwa responden setuju akan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2 Tabel 4

Item	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	f	%	
X2.1	0	0	1	2,5	6	15	16	40	17	42,5	4,23
X2.2	0	0	3	7,5	6	15	14	35	17	42,5	4,13
X2.3	0	0	3	7,5	9	22,5	18	45	10	25	3,88
X2.4	0	0	1	2,5	8	20	13	32,5	18	45	4,2
X2.5	0	0	1	2,5	9	22,5	11	27,5	19	47,5	4,2
X2.6	0	0	2	5	8	20	19	47,5	11	27,5	3,98
X2.7	0	0	2	5	9	22,5	19	47,5	10	25	3,93
X2.8	0	0	1	2,5	7	17,5	14	35	18	45	4,23
Rata-rata Variabel Harga (X2)											3,27

Sumber: spss v.25

Dari hasil ini diketahui bahwa rata rata yang diperoleh pada variabel harga adalah 3,27 yang termasuk dalam kategori baik maka dari hasil jawaban responden adalah harga memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen.

2 Tabel 5

Item	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	f	%	
X3.1	0	0	1	2,5	9	22,5	18	45	12	30	4,03
X3.2	0	0	1	2,5	7	17,5	21	52,5	11	27,5	4,05
X3.3	0	0	0	0	6	15	25	62,5	9	22,5	4,08
X3.4	0	0	1	2,5	12	30	17	42,5	10	25	3,9
X3.5	0	0	1	2,5	7	17,5	19	42,5	13	32,5	4,1
X3.6	0	0	0	0	5	12,5	25	62,5	10	25,5	4,13
X3.7	0	0	5	12,5	7	17,5	15	37,5	13	32,5	3,9
X3.8	0	0	8	20	10	25	12	30	10	25	3,6
X3.9	0	0	1	2,5	10	25	22	55	7	17,5	3,88
X3.10	0	0	8	20	11	27,5	11	27,5	10	25	3,58
Rata-rata Variabel Promosi (X3)											3,92

Sumber: spss v.25

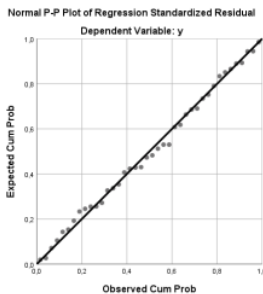
Dari hasil tersebut bahwa diperoleh nilai rata-rata 3,92 yang termasuk pada kategori yang baik, dari hasil responden ini berarti banyak responden yang setuju akan promosi dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 6

Item	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Y1	0	0	1	2,5	13	32,5	18	45	8	20	3,83
Y2	0	0	3	7,5	12	30	16	40	9	22,5	3,78
Y3	0	0	0	0	13	32,5	19	47,5	8	20	3,88
Y4	0	0	1	2,5	11	27,5	18	45,5	10	25	3,93
Y5	0	0	0	0	15	37,5	13	32,5	12	30	3,93
Y6	0	0	1	2,5	10	25	18	45	11	27,5	3,93
Y7	0	0	1	2,5	13	32,5	18	45	8	20	3,83
Y8	0	0	3	7,5	12	30	16	40	9	22,5	3,78
Y9	0	0	0	0	13	32,5	19	47,5	8	20	3,88
Y10	0	0	1	2,5	11	27,5	18	45	10	25	3,93
Y11	0	0	0	0	15	37,5	13	32,5	12	30	3,93
Y12	0	0	1	2,5	10	25	18	45	11	27,5	3,98
Y13	0	0	1	2,5	13	32,5	18	45,5	8	20	3,83
Y14	0	0	3	7,5	12	30	16	40	9	22,5	3,78
Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen (Y)											5,42

Sumber spss v.25

Dari hasil jawaban responden diperoleh nilai rata-rata sebanyak 5,42 maka banyak responden yang setuju akan perusahaan yang memperhatikan tingkat kepuasan konsumen. Merujuk pada hasil tersebut sebelum melakukan pengujian hasil maka dilakukan uji asumsi klasik sebagai hasil berikut:



Gambar 1 Uji Normalitas

Sumber spss v.25

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh hasil bahwa pada model ini lolos uji normalitas dikarenakan titik-titik tersebut dan mengikuti garis miring.

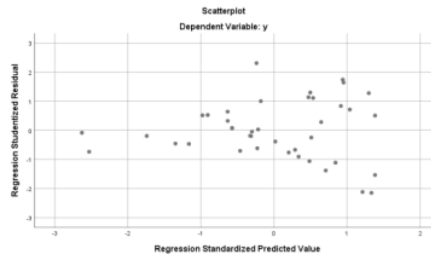
Tabel 7

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	15,683	6,278			2,498	,017		
X1	,235	,248	,174	,947	,350	,379	2,641	
X2	,865	,303	,581	2,850	,007	,309	3,241	
X3	,078	,376	,057	,208	,837	,172	5,812	

Sumber: spss v.25

Dapat diketahui bahwa diperoleh *value tolerance* pada X1, X2 dan X3 sebesar 0,379; 0,309 dan 0,172 yang lebih besar dari nilai 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,641; 3,241; 5,812 yang lebih besar dari 10. Maka dinyatakan bahwa model ini tidak terindikasi masalah pada uji multikolinieritas.



Gambar 2 Uji Heteroskedastitas

Sumber spss v.25

Karena pada grafik *scatterplot* diperoleh bahwa titik-titik dapat tersebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y maka pada model ini dapat dikatakan bahwa tidak terindikasi masalah pada Uji heteroskedastitas.

Tabel 8
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		
Model	B	Std. Error
1 (Constant)	15,683	6,278
X1	,235	,248
X2	,865	,303
X3	,078	,376

Sumber: Spss v.25

Dari persamaan linier berganda diperoleh nilai

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 15,683 + 0,235X_1 + 0,865X_2 + 0,078X_3 + e$$

Yang mana dapat diartikan bahwa nilai konstanta diperoleh 15,683 artinya jika X1, X2 dan X3 memiliki nilai yang konstan atau tidak ada perubahan sama sekali maka nilai Y atau Kepuasan konsumen sebesar 15,683, X1=0,235 dapat diartikan apabila pada nilai X2 dan X3 memiliki nilai yang konstan maka pada X1 atau kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,235, X2= 0,865 dapat diartikan jika pada X1 dan X3 memiliki nilai yang konstan atau tidak ada perubahan maka pada Variabel Harga atau X2 akan memiliki nilai sebesar 0,865, X3= 0,078 diartikan apabila diasumsikan X1 dan X2 memiliki nilai yang tetap atau 0 maka pada variabel promosi akan mengalami kenaikan sebesar 0,078.

Tabel 9
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,734 ^a	,539	,500	6,148	2,753

Sumber: Spss Veri 25

Didapat hasil dari uji koefisien determinasi Adjusted R square sebanyak 0,500. Hal ini berarti sebanyak 50% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh faktor kualitas produk, harga dan promosi sedangkan sisanya dapat dipengaruhi faktor yang lain.

Tabel 10

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	15,683	6,278		2,498	,017
X1	,235	,248	,174	,947	,350
X2	,865	,303	,581	2,850	,007
X3	,078	,376	,057	,208	,837

Sumber: spss v 25

Uji parsial dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikan kurang dari 0,05. Pada hasil uji secara sebagian diperoleh nilai signifikan pada kualitas produk sebesar 0,350 yang diartikan bahwa Kualitas produk tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, pada variabel harga diperoleh nilai signifikan 0,007 yang dapat diartikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, pada variabel promosi diperoleh nilai signifikan 0,837 yang dapat diartikan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.

Tabel 11

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1589,521	3	529,840	14,016	,000 ^b
	Residual	1360,879	36	37,802		
	Total	2950,400	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: spss v.25

da uji F ditemukan nilai signifikan sebesar 0,000 yang dapat diartikan bahwa ketiga variabel yaitu variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.

Kesimpulan

Hasil kesimpulan pada penelitian ini adalah pada variabel keputusan pembelian tidak berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra, Pada variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra, Pada variabel promosi tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra dan ketiga variabel tersebut berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemikiran pada Toko Bunga 3 Putra agar lebih memperhatikan kualitas produk dan melakukan promosi agar meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Diharapkan pada peneliti selanjutnya agar menambah dan mengembangkan penelitian ini dengan membahas dengan faktor-faktor yang lain.

Daftar Pustaka

- [1] I. P. S. A. Wijaya and I. N. Nurcaya, "Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 6, no. 3, pp. 1534–1563, 2017.
- [2] H. Nasution, C. Maksum, and Derriawan, "ngaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Maskapai PT. Lion Air Jakarta),"

- [3] *Ekobisman-Jurnal Ekon. Bisnis dan Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 175–191, 2018.
A. F. Heri Setiawan, Maria Magdalena, Minarsih, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," *J. Manage.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–17, 2016.

M. Safiq Ahlu Solah

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper	3%
2	core.ac.uk Internet Source	2%
3	repository.stei.ac.id Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	1%
5	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
6	media.neliti.com Internet Source	1%
7	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
8	ebin.pub Internet Source	1%
9	repository.ub.ac.id Internet Source	1%

10	ejournal.undwi.ac.id Internet Source	1 %
11	journal.budiluhur.ac.id Internet Source	1 %
12	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	1 %
13	Submitted to Clarkston Community Schools Student Paper	1 %
14	Hamdah Alfiyah, Neng Siti Komariah. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Autoplastik Indonesia Karawang Timur", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021 Publication	1 %
15	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur II Student Paper	1 %
17	Submitted to General Sir John Kotelawala Defence University Student Paper	1 %
18	eprints.umm.ac.id Internet Source	1 %
19	www.scribd.com Internet Source	1 %

20 Nandya Eka Sari, Teddy Oswari. "PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE TOKOPEDIA", Creative Research Management Journal, 2020
Publication 1 %

21 Submitted to UM Surabaya
Student Paper 1 %

22 garuda.ristekdikti.go.id
Internet Source 1 %

23 repository.unmuhjember.ac.id
Internet Source 1 %

24 edepot.wur.nl
Internet Source <1 %

25 Gusi Putu Lestara Permana, I Gusti Ngurah Darma Paramartha, Ida Ayu Winda Juniari. "ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI E-TICKETING BIOSKOP (M-Tix) DENGAN DIMENSI PENERIMAAN TEKNOLOGI", Widya Akuntansi dan Keuangan, 2020
Publication <1 %

26 ejournal.iba.ac.id
Internet Source <1 %

27 ejournal.up45.ac.id

Internet Source

<1 %

28

repository.unpkediri.ac.id

Internet Source

<1 %

29

www.stiemahardhika.ac.id

Internet Source

<1 %

30

1library.net

Internet Source

<1 %

31

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

32

ocs.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

33

vm36.upi.edu

Internet Source

<1 %

34

Erni Hernawati, Mirna Arianti. "KEJADIAN PREEKLAMPSIA BERDASARKAN POLA MAKAN DAN ANGKA KECUKUPAN GIZI IBU HAMIL", Jurnal Soshum Insentif, 2020

Publication

<1 %

35

moam.info

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

M. Safiq Ahlu Solah

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
