

yesi

by Yasir Infinity

Submission date: 22-Aug-2022 09:06AM (UTC-0700)

Submission ID: 1885549396

File name: ARTIKEL_SENMEA_YESI.pdf (695.13K)

Word count: 3969

Character count: 24718

32
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
KRECEK KRUPUK UYEL UD. SINAR HARAPAN DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI**

Yesi Dama Putri¹, Gesty Ernestivita², Suhardi³
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112
Yessydarnaputri19@gmail.com

Tanggal Masuk :

46
Informasi artikel :
Tanggal Revisi :

Tanggal diterima:

16
Abstract

This study aims to determine the level of customer satisfaction at Krupuk Krecek Uyel UD. Sinar Harapan. The research approach used is quantitative and is a type of causality research. The population of this research is all UD consumers. Rays of Hope which are unlimited in number The specified sample is 40 samples from the total population. Sampling using accidental sampling method. Collecting data using a questionnaire which was analyzed using Multiple Linear Regression analysis with the help of the SPSS 25.0 for windows program. The results of this study indicate that product quality has an influence on consumer satisfaction which has a significant value of 0.021 < 0.05. Promotion has a significant relationship with customer satisfaction which has a significant value of 0.004 < 0.05. Price has a significant relationship with customer satisfaction which has a significant value of 0.000 < 0.05. Based on the data, the key variables of Product Quality (X1), Promotion (X2), Price (X3) all have a significant value on consumer fit (Y)

Keywords: customer satisfaction, promotion, price, and customer satisfaction.

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Krupuk Krecek Uyel UD. Sinar Harapan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan merupakan jenis penelitian kausalitas. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen UD. Sinar Harapan, yang jumlahnya tidak terbatas. Sampel yang ditentukan yaitu 40 sampel dari jumlah populasi. Pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang dianalisis menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS 25.0 for windows. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan 0,021 < 0,05. Promosi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mempunyai nilai signifikan 0,004 < 0,05. Harga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan 0,000 < 0,05. Berdasarkan korelasi data dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk (X1), Promosi (X2), Harga (X3) semua mempunyai nilai signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

Keywords: kepuasan pelanggan, promosi, harga, dan kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Pada era perekonomian yang mulai bangkit setelah Covid-19, UMKM merupakan usaha skala mikro yang kini banyak diminati dan digandrungi oleh masyarakat karena bisa meningkatkan ekonomian terutama pada sektor kelas bawah. UMKM kini semakin menjamur dan memiliki persaingan yang sangat ketat terutama dalam bidang kuliner. Dalam hal ini akhirnya mendorong para pebisnis untuk melakukan inovasi dalam menarik para konsumen agar tertarik membeli produk yang ditawarkan. Inovasi merupakan syarat penting bagi pembisnis terutama pebisnis kuliner agar menarik minat konsumen dalam membeli produknya. Melalui inovasi yang dilakukan oleh para pembisnis kuliner akan lebih berkembang produknya dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Melalui inovasi yang merubah dan meningkatkan produknya menjadi lebih baik lagi setiap saat akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Selain itu, maraknya usaha dalam bidang kuliner inovasi menjadi atribut paling penting dan pegangan bagi para pebisnis dalam menghadapi persaingan sesama pelaku usaha UMKM yang artinya pelaku usaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya juga dalam hal mengembangkan produknya agar konsumen lebih tertarik dalam memilih produk yang ditawarkan tersebut.

Setelah pembelian terhadap suatu produk tujuan dari suatu usaha adalah menciptakan kepuasan di hati para konsumen. "Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan Kinerja (hasil) produk yang dinilai terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan" Kotler (2014:150) atau diartikan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (percieved performance) dari harapan (expetation). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan para konsumen, konsumen akan merasa

ketidakpuasan. Apabila konsumen merasa puas setelah memberi produk yang ditawarkan maka konsumen tidak ada ragu membeli kembali atau membeli ulang produk yang telah ditawarkan dan konsumen akan secara sukarela merekomendasikan ke pada orang lain untuk membeli produk yang sama. Kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen pada saat ini. Hal tersebut juga menjadi tujuan dari Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan.

Krupuk Krecek Uyel UD Sinar Harapan merupakan usaha kuliner yang berbekal inovasi dalam bidang makanan di Kota Kediri. Dalam kegiatan operasionalnya dalam sehari-hari Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan menyediakan produk kuliner berupa Krecek Krupuk Uyel dalam bentuk bahan mentah yang siap di goreng sendiri oleh pembelinya. Harga jual produk relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat yang ingin mengonsumsinya. Masyarakat yang menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan, lebih memilih produk dari UD. Sinar Harapan karena lebih terjangkau dari Krecek Krupuk Uyel dari pabrik lainnya.

Acuan yang menjadi fokus bagi Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan dalam meningkatkan kepuasan konsumennya adalah dengan melakukan peningkatan kualitas produk. Dimana kualitas produk meliputi cita rasa, ukuran, ketahanan produk. Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan dapat dikatakan menjadi salah satu alternatif produk kuliner makanan yang menawarkan kualitas produk yang unggul, selain itu karena usaha ini sudah berdiri dari tahun 2009 maka dapat dikatakan kualitas produk pada produk ini sudah terbentuk sehingga para calon konsumen tidak akan merasa ragu ketika akan membeli produk yang ditawarkan, kemudian dengan harga yang cukup terjangkau dan dilengkapi fasilitas yang cukup bersaing dapat menambah kepuasan pelanggan setelah membeli produk Krecek Krupuk Uyel dari UD Sinar Harapan. Pada awalnya UD Sinar Harapan hanya memproduksi krecek krupuk uyel dengan skala kecil yang di bandingkan ke pada para agen penggorengan krupuk, tetapi seiring meningkatnya jumlah permintaan oleh konsumennya akhirnya UD

Sinar Harapan memproduksi Krecek Krupuk Uyel dalam skala besar dengan harga terjangkau dan sudah memasarkannya ke beberapa daerah.

Salah satu faktor yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah membeli produk yaitu konsumen mendapatkan kualitas produk yang unggul. Menurut Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) "Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)". Kualitas produk sangat penting sekali hubungannya dengan konsumen. Dalam hal ini kualitas produk menjadi pertimbangan sendiri bagi para konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen dan mereka bersedia membeli ulang pada produk yang ditawarkan. Begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas dalam membeli produk yang telah ditawarkan maka akan tercipta kesan yang buruk sehingga pelanggan tidak tertarik lagi dan tidak akan membeli produk yang ditawarkan.

Selain kualitas produk faktor lain yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah mencoba cita rasanya adalah promosi produk. Promosi juga kontribusi penting bagi berkembangnya usaha. Dalam promosi terbentuk informasi bagi calon konsumen yang belum tau produk yang akan ditawarkan. Menurut Laksana (2019:129) "promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi yang dilakukan oleh Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan secara langsung maupun tidak langsung. Promosi secara langsung dilakukan dengan menggunakan personal selling, dan mendatangi tempat agen penggorengan sedangkan pemasaran tidak langsung dilakukan dengan menggunakan social media berupa Facebook. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan para konsumen dalam membeli produk sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

METODE

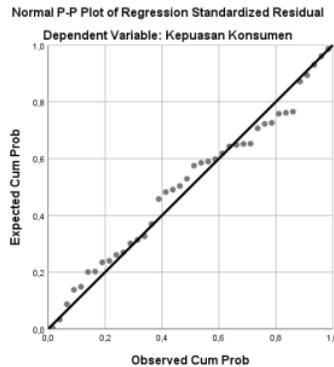
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen krecek krupuk uyel UD. Sinar Harapan di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan merupakan jenis penelitian kausalitas. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan UD. Sinar Harapan yang jumlahnya tidak terbatas. Sampel ditentukan sebanyak 40 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *sample accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis jalur yang kemudian diolah menggunakan SPSS 25.0

51

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS, 2022

13

Berdasarkan gambar 1. tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot dapat dilihat bahwa dalam grafik histogram memberikan pola yang normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

1

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinieritas

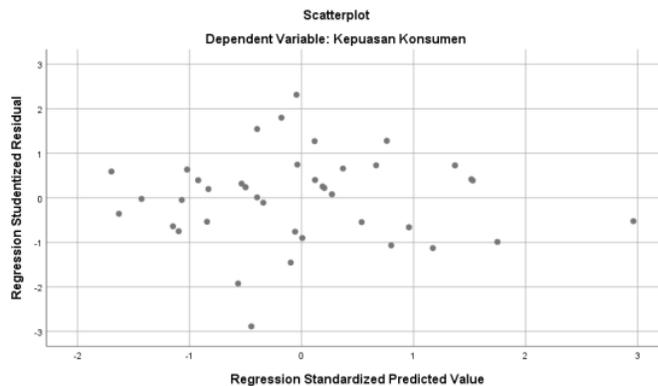
Model	Coefficients	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	,934	1,071
Promosi	,540	1,853
Harga	,525	1,906

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, 2022

Dari hasil uji multikolinieritas terdapat nilai *tolerance* yang memenuhi persyaratan ambang batas *tolerance* dan VIF variabel bebas berada pada $t_{i} > 0,10$ atau sama dengan $VIF < 10$ sehingga pada analisis ini tidak terjadi multikolinieritas atau variabel bebas (kualitas produk, promosi, dan harga) menjelaskan pengaruh yang tidak sama terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

65
c. Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: Output SPSS, 2022

6
Dari grafik *Scatterplot* yang ada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik diatas maupun dibawah nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

2. Analisis Regresi Berganda

1
Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error
1 (Constant)	6,134	3,059
Kualitas Produk	,193	,080
Promosi	,305	,100
60 Harga	,759	,101

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah, 2022

1
Berdasarkan hasil regresi linier berganda penelitian ini dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 6,134 + 0,193 X_1 + 0,305 X_2 + 0,759 X_3 + e$$

Artinya 63

a. Konstanta a = 6,134

Artinya jika Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2), dan Harga (X_3) diabaikan atau diasumsi nol maka variabel keputusan pembelian (Y) akan sebesar nilai konstantanya yaitu 6,134. 35

b. Koefisien regresi b1 variabel kualitas produk (X_1) = 0,193

Artinya besarnya koefisien variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0,193, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas produk secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,193. bila variabel lainnya konstan.

d. Koefisien regresi b2 variabel Promosi (X_2) = 0,305

Artinya besarnya koefisien variabel Promosi (X_2) adalah sebesar 0,305, artinya bahwa setiap peningkatan promosi secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,305. bila variabel lainnya konstan.

e. Koefisien regresi b3 variabel Harga (X_3) = 0,759

Artinya besarnya koefisien variabel Harga (X_3) adalah sebesar 0,759, artinya bahwa setiap peningkatan harga secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,759. bila variabel lainnya konstan.

3. Koefisien Determinasi R^2

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,910 ^a	,828	,814	1,358	2,262

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,814 pada pedoman interpretasi angka ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2), dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sangat kuat. Pada penelitian ini nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,814 atau 81,4%, sisanya 18,6% masih ada variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 4
Hasil Uji t (parsial)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)		
Kualitas Produk	2,406	,021
Promosi	3,051	,004
Harga	7,548	,000

Sumber: Data primer diolah, 2022

41

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Kualitas Produk dapat diketahui bahwa t hitung = 2,406. Hasil signifikan dapat dilihat dari t hitung (2,406) > t tabel (1,688) dan nilai signifikansi (0,021) < kriteria signifikansi (0,05), maka keputusan terhadap hasil pada uji t adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis dapat diterima. Dengan demikian adanya pengaruh secara parsial atau individu secara signifikan antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Promosi dapat diketahui bahwa t hitung = 3,051. Hasil signifikan dapat dilihat dari t hitung (3,051) > t tabel (1,688) dan nilai signifikansi (0,004) < kriteria signifikansi (0,05), maka keputusan terhadap hasil pada uji t adalah H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis dapat diterima. Demikian adanya pengaruh secara parsial atau individu secara signifikan antara promosi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel harga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} = 7,548$. Hasil signifikan dapat dilihat dari $t_{hitung} (7,548) > t_{tabel} (1,688)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < kriteria\ signifikansi (0,05)$, maka keputusan terhadap hasil pada uji adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis dapat diterima. Dengan demikian adanya pengaruh secara parsial atau individu secara signifikan antara harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

b. Uji f (Simultan)

Tabel 5
Hasil Uji f (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319,952	3	106,651	57,803	,000 ^b
	Residual	66,423	36	1,845		
	Total	386,375	39			

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dengan menggunakan signifikan 0.05 maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,87. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 57,803 dengan signifikan sebesar 0,000. Maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} ($57,803 > 2,87$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, promosi dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen krecek krupuk uyel UD Sinar Harapan.

PEMBAHASAN

Dari hasil uji yang dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penjelasan dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan. Hasil pengujian hipotesis atau uji parsial menjelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dibuktikan berdasarkan hasil nilai $t_{hitung} (2,406) > t_{tabel} (1,688)$ dan nilai signifikansi bahwa nilai sig. ($0,021$) $< 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa UD Sinar Harapan mampu memenuhi kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen, sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen saat melakukan pembelian krecek krupuk uyel di UD Sinar Harapan.

Berdasarkan data tanggapan responden pada variabel Kualitas Produk, diketahui mean tertinggi berasal dari item X1.6 yaitu "Rasa krupuk uyel terjamin meskipun sudah disimpan lama". Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk krecek krupuk uyel UD Sinar Harapan meskipun sudah disimpan lama namun untuk rasa masih terjamin. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nelli Rizayanti (2021) dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Pide Jaya menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi UD Sinar Harapan agar dapat mempertahankan kualitas produknya serta dapat dijadikan untuk memperbaiki kualitas produk yang masih dirasa kurang oleh konsumen. Hal ini dikarenakan dalam mencari suatu produk, konsumen tidak hanya ingin memenuhi kebutuhan saja, namun juga dapat memuaskan keinginannya. Jika kualitas produk semakin baik, maka konsumen juga akan mendapatkan kepuasan tersendiri.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan. Hasil pengujian hipotesis atau uji parsial menjelaskan bahwa variabel Promosi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dibuktikan berdasarkan hasil nilai thitung ($3,051 > t_{tabel} (1,688)$) dan nilai signifikansi bahwa nilai $sig. (0,004) < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima, maka variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa UD Sinar Harapan mampu melakukan promosi dengan baik, sehingga konsumen mendapatkan informasi-informasi berharga tentang krecek krupuk uyel serta menciptakan persepsi yang positif di mata konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, dengan melakukan upaya promosi secara berkelanjutan konsumen akan puas dan merasa diperhatikan oleh UD Sinar Harapan.

Berdasarkan data tanggapan responden pada variabel promosi, diketahui mean tertinggi berasal dari item $X_{2.5}$ yaitu "UD Sinar Harapan memberikan potongan harga atau diskon kepada konsumen". Hal ini menunjukkan bahwa promosi dalam bentuk memberikan potongan harga atau diskon dapat menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Gerug (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado, menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi UD Sinar Harapan dalam mempertahankan sistem promosi yang telah dilakukan, sehingga konsumen merasa puas saat melakukan pembelian di UD Sinar Harapan.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan. Hasil pengujian hipotesis atau uji parsial menjelaskan bahwa variabel Harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dibuktikan berdasarkan hasil nilai thitung ($7,548 > t_{tabel} (1,688)$) dan nilai signifikansi bahwa nilai $sig. (0,000) < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh UD Sinar Harapan mampu menciptakan rasa kepuasan konsumen, karena harga yang ditawarkan dan kualitas produk yang diberikan seimbang.

Menurut Lupiyoadi (2013:101) menyatakan bahwa lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen salah satunya adalah harga. Harga seringkali dijadikan oleh konsumen sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai merupakan perbandingan antara manfaat yang dirasakan dan harga.

Berdasarkan data tanggapan responden pada variabel promosi, diketahui mean tertinggi berasal dari item $X_{3.5}$ yaitu "Harga produk krecek krupuk uyel UD Sinar Harapan lebih murah dibandingkan dengan harga produk krecek krupuk uyel merek lain". Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan UD Sinar Harapan lebih murah dibandingkan harga produk krecek krupuk uyel merek lain serta harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen, sehingga dengan harga yang lebih murah kualitas produk yang baik konsumen merasa puas telah melakukan pembelian di UD Sinar Harapan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Handoko (2017) Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan, menunjukkan hasil terdapat pengaruh yang signifikan promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan. Apabila yang dirasakan konsumen melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut berarti konsumen telah terpenuhi kepuasannya. Menurut Tjiptono dan Candra (2011), "kepuasan konsumen dapat dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya yaitu: produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, fasilitas, suasana".

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Promosi, dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan. Hasil pengujian hipotesis atau uji simultan menjelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2),

dan Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dibuktikan¹ berdasarkan hasil nilai Fhitung (57,803) > Ftabel (2,87) dan nilai signifikansi bahwa nilai sig. (0.000) < 0.05 yang artinya Ho ditolak dan H4 diterima, maka variabel kualitas produk, promosi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

⁴⁶ Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R2 yaitu sebesar 0,814 pada pedoman interpretasi angka ini menunjukkan hubungan¹⁷ yang sangat kuat antar variabel. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya kontribusi variabel independent (kualitas produk, promosi, dan harga) terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen) sebesar 81,4%, sedangkan sisanya 18,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

6

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan Di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri maka⁸ simpulan yang dapat ditarik adalah:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Jadi, H1 terbukti bahwa variabel adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UD Sinar Harapan.²²
2. Berdasarkan³¹ hasil pengujian secara parsial (uji t), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen Promosi (X2) secara parsial memiliki⁷³ pengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Jadi, H2 terbukti bahwa variabel adanya pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan UD Sinar Harapan.²²
3. Berdasarkan⁶ hasil pengujian secara parsial (uji t), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen Harga (X3) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Jadi, H3 terbukti bahwa variabel adanya pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan UD Sinar Harapan.³⁹
4. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1), Promosi (X2), dan Harga (X3) secara simultan memiliki⁸ pengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Jadi, H4 terbukti bahwa variabel adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan UD Sinar Harapan.

55

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.²⁶
- Handi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.²⁴
- Gerung, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Manado: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* ISSN 2303-1174.³³
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.²¹
- Handoko. 2017. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol. 18 No. 1, 2017, 61-72.¹²
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Sembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.¹⁴
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga. p125

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nalurita. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pro Sophie Paris (Studi pada Konsumen Produk Sophie Paris cabang Ujung Berung Bandung). *Bandung: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Nelli Rizayanti. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Pide Jaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas Jilid 2*. Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Prasetyowati. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova di Auto 2000 Jombang. *Malang: Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Priansah. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purnomo Edwin Setyo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Surabaya: Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Stanton, William J. 2008. *Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

yesi

ORIGINALITY REPORT

59%

SIMILARITY INDEX

56%

INTERNET SOURCES

35%

PUBLICATIONS

40%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	11%
2	Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper	3%
3	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	2%
5	eprints.uny.ac.id Internet Source	2%
6	id.123dok.com Internet Source	2%
7	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	1%
8	www.scribd.com Internet Source	1%

9	repository.usd.ac.id Internet Source	1 %
10	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1 %
11	core.ac.uk Internet Source	1 %
12	media.neliti.com Internet Source	1 %
13	www.repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
14	riset.unisma.ac.id Internet Source	1 %
15	www.iiste.org Internet Source	1 %
16	123dok.com Internet Source	1 %
17	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1 %
18	e-jurnal.stie-ibek.ac.id Internet Source	1 %
19	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
20	repository.stieipwija.ac.id Internet Source	1 %

21	www.arthavidya.wisnuwardhana.ac.id Internet Source	1 %
22	ojs.unm.ac.id Internet Source	1 %
23	Rachmat Roebidin, Mamlukah Mamlukah, Rossi Suparman, Esty Febriani. "PENGARUH TERAPI MURATTAL AL-QURAN TERHADAP KECEMASAN PADA PEKERJA LAYANAN JASA BOGA DI KABUPATEN CIREBON PADA ERA PANDEMI COVID 19 TAHUN 2020.", <i>Journal of Public Health Innovation</i> , 2021 Publication	1 %
24	eprints.unmas.ac.id Internet Source	1 %
25	mulok.library.um.ac.id Internet Source	1 %
26	repository.stei.ac.id Internet Source	1 %
27	repository.uksw.edu Internet Source	1 %
28	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1 %
29	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1 %
30	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id Internet Source	1 %

		1 %
31	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
32	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	1 %
33	repositori.unsil.ac.id Internet Source	1 %
34	Submitted to Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Student Paper	1 %
35	jab.polinema.ac.id Internet Source	1 %
36	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
37	repository.upbatam.ac.id Internet Source	1 %
38	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
40	Ahmad Nur Rizal, Asep Saepul Alam, Fira Wahyuni. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS MERAH TERHADAP KEPUASAN	<1 %

KONSUMEN (Studi KAAsus di CV. PURE Cianjur)", AGRITA (AGri), 2020

Publication

-
- | | | |
|----|--|------|
| 41 | repository.uir.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 42 | Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2020
Publication | <1 % |
| 43 | eprints.uns.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 44 | etd.iain-padangsidempuan.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 45 | openjournal.unpam.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 46 | www.coursehero.com
Internet Source | <1 % |
| 47 | repositori.umrah.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 48 | Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Student Paper | <1 % |
| 49 | Submitted to Tabor College
Student Paper | <1 % |
-

50	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
51	ejournal.amikompurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
52	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
53	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
54	jtmb.ejournal.unri.ac.id Internet Source	<1 %
55	jurnal.fkip.unila.ac.id Internet Source	<1 %
56	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
57	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
58	ejournal.unira.ac.id Internet Source	<1 %
59	journal.poltekanika.ac.id Internet Source	<1 %
60	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
61	poltekkespalu.ac.id Internet Source	<1 %

<1 %

62

repository.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

63

studentjournal.umpo.ac.id

Internet Source

<1 %

64

fr.scribd.com

Internet Source

<1 %

65

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

66

journal.uwks.ac.id

Internet Source

<1 %

67

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

68

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

69

repository.upstegal.ac.id

Internet Source

<1 %

70

www.ojs.abdinusantara.ac.id

Internet Source

<1 %

71

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1 %

72

digilib.unila.ac.id

Internet Source

<1 %

73	docplayer.info Internet Source	<1 %
74	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
75	es.scribd.com Internet Source	<1 %
76	M. Riszaldi Dwi Cahya N., Acep Samsudin, Kokom Komariah. "Kekuatan Servicescape dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020 Publication	<1 %
77	anzdoc.com Internet Source	<1 %
78	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
79	ilmubudidaya.com Internet Source	<1 %
80	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
81	repository.pelitabangsa.ac.id Internet Source	<1 %
82	Eko Nugroho, Heribertus Budi Santoso, Imam Safi'i. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk	<1 %

Terhadap Kepuasan Pelanggan", JURMATIS :
Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri, 2020

Publication

83

Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020

Publication

84

Asep Saepuloh, Doris Roif Hisani. "The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions", INNOVATION RESEARCH JOURNAL, 2020

Publication

85

Hadijah Syamsul, Basri Modding, Ratna Dewi. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Dessert pada By.Uwibama di Kota Makassar", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2021

Publication

86

Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI RUANGGURU DI KOTA JAMBI DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2021

Publication

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

87 Suhatman Suhatman, Meri Rahmania Sari, Patria Nagara, Nasfi Nasfi. "Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi, 2020 <1 %
Publication

88 eprints.unisnu.ac.id <1 %
Internet Source

89 moam.info <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off