

***THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER SATISFACTION OF DODOL BUAH UD PUTRA
MANDIRI IN SIAK DISTRICT***

Erni Dwi Juliani¹, Makhdalena², RM Riadi³

Email: Lia.200798@gmail.com, gelatik14@yahoo.co.id², rmriadi75@gmail.com³

Phone Number: 082140969661

*Economic Education Study Program
Department of Social Sciences Education
Faculty of Teacher Training and Education
University of Riau*

Abstract: *The purpose of this study was to determine how much influence price and quality had on consumer satisfaction of dodol buah at UD Putra Mandiri in Siak Regency. The data collected in this study is primary data using a questionnaire or questionnaire. The research sample is consumers (people who buy) fruit lunthead UD Putra Mandiri as many as 72 consumers. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis, hypothesis testing consisting of multiple linear regression analysis, partial test (t test), simultaneous test (f test) and the coefficient of determination. The results of the study found that price and product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction. The R square value of 0.780 or 78.0 means that this shows that the price and product quality variables together contribute to consumer satisfaction of 78, 0%, while the remaining 22.0% is influenced by other factors not included in the study.*

Key Words: *Price, Product Quality, Consumer Satisfaction*

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KPUASAN KONSUMEN DODOL BUAH UD PUTRA MANDIRI DI KABUPATEN SIAK

Erni Dwi Juliani¹, Makhdalena², RM Riadi³

Email: Lia.200798@gmail.com, gelatik14@yahoo.co.id², rmriadi75@gmail.com³

Nomor HP: 082140969661

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD Putra Mandiri di Kabupaten Siak. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner atau angket. Sampel penelitian adalah konsumen (orang yang membeli/pembeli dodol buah UD Putra Mandiri sebanyak 72 konsumen. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisiensi determinasi. Hasil penelitian menemukan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R square 0,780 atau 78,0 artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen sebesar 78,0%, sedangkan sisanya 22,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas produk, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis maupun usaha sangat ketat. Para *businessman* berlomba-lomba untuk mengelola maupun mempertahankan bisnis mereka agar tetap berjalan. Terlebih pada bisnis makanan dan minuman saat ini berkembang dengan sangat pesat, baik dalam skala kecil, sedang, hingga besar. Salah satu faktor yang mendorong berkembangnya bisnis ini adalah tingginya permintaan konsumen, tentu ini disebabkan oleh faktor gaya hidup dan naiknya pendapatan masyarakat. Perkembangan dunia bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan pembelian agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Di kabupaten Siak sendiri juga terdapat banyak pelaku usaha bisnis dalam bidang makanan maupun minuman yang berkembang salah satu bisnis yang berkembang pada bidang makanan yaitu dodol, dengan berkembangnya tempat wisata yang ada di Kabupaten Siak maka semakin banyak wisatawan yang datang dan mengenal dodol buah, yang awalnya hanya satu pengusaha yang memproduksi dodol buah dengan semakin banyaknya konsumen membuat beberapa masyarakat yang ada di Kabupaten Siak tertarik untuk membuka usaha yang sama dan tentunya antara satu pengusaha dodol buah dengan pengusaha yang lain mempunyai keunggulan dan ciri khas masing-masing.

Untuk menghadapi persaingan usaha dodol buah yang semakin meningkat, perlu adanya pengembangan produk agar tidak kalah saing dengan para pengusaha dodol buah yang baru Strategi ini mencakup perubahan barang atau jasa yang tetap menggunakan cara produksi yang sama. Strategi ini umumnya dilakukan untuk memperpanjang masa edar atau siklus hidup, bila mana kita mengetahui bahwa sasaran pembeli mulai bosan kita harus mengubah barang atau jasa yang ditawarkan dan strategi ini yang dilakukan oleh UD Putra Mandiri untuk mempertahankan usaha dodolnya, salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan cara menambah varian rasa yang ada dari awalnya hanya tersedia dengan rasa durian, lidah buaya, nangka, labu manis, pisang, mangga, rosela, buah naga, nanas, kacang hijau. Untuk menarik perhatian konsumen pejual menambah varian rasa baru, Contohnya dodol rasa jahe merah dan ubi jalar.

Bukan hanya mengembangkan produk namun juga mempertahankan kualitas produk, Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Jika produk yang dikatakan berkualitas bagi seseorang, maka produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Selain dari kualitas produk dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen adalah harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

Berikut ini akan ditampilkan perbandingan harga produk dodol buah satu dengan toko lainnya:

Tabel 1. Perbandingan Harga Dodol Buah

No	Berat	Dodol UD mandiri putra	X penjualan dodol	Y penjualan dodol
1	Berat 500g	Rp 25.000	Rp 30.000	Rp 35.000
2	Berat 250g	Rp 15.000	Rp 20.000	Rp 25.000

Sumber: Data Olahan 2019

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa adanya perbandingan harga antar toko, sehingga konsumen pasti akan lebih memilih untuk membeli produk yang lebih murah dibandingkan harga yang tinggi, namun itu juga tergantung pada kualitas produk yang ditawarkan oleh UD Putra Mandiri yang ada di Kabupaten Siak.

Tabel 2. Data Penjualan 6 Bulan Terakhir (2019).

No	Bulan	Unit Penjualan(250 Gram)	Unit Penjualan (500 Gram)
1	Januari	1.000	1.500
2	Februari	1.200	1.200
3	Maret	2.000	1.840
4	April	2.000	1.700
5	Mei	1.700	1.500
6	Juni	1.100	1.000
Jumlah		7.300 Pack	8.740 Pack

Sumber: Wawancara Dengan Pengusaha Dodol Buah

Dari tabel 2 dapat dilihat penjualan dodol buah UD Putra Mandiri mengalami fluktuasi, Hal ini terjadi karna kepuasan konsumen berkurang disebabkan oleh tidak tersedianya rasa yang diinginkan oleh konsumen, dan terjadinya keterlambatan dalam proses pembuatan mengakibatkan menurunnya kepuasan konsume akan produk yang dibeli.

Dari latar belakang di atas maka penulis akan melakukan penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD Putra Mandiri di kabupaten Siak. Dengan demikian, penulis mengambil judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dodol Buah UD Putra Mandiri di Kabupaten Siak.

Kepuasan Konsumen

Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan konsumen, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang di tuntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat berubah. pembelian akan bergerak setelah

membentuk persepsi nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran di bandingkan dengan harapannya

Menurut Danang Sunyoto (2013) definisi kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pengertian Harga

Fandy Tjiptono (2012) harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dana tau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menetapkan harga terlalu tinggi menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang akan diperoleh. Menurut Fandy Tjiptono (2014) ada lima jenis tujuan penetapan harga, yaitu: 1) tujuan berorientasi pada laba, 2) tujuan berorientasi pada volume, 3) tujuan berorientasi pada citra, 4) tujuan stabilisasi harga, 5) tujuan-tujuan lainnya.

Kualitas Produk

Kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud apa produk itu diproduksi. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas merupakan keadaan produk yang berhubungan dengan barang maupun jasa yang meliputi kinerja, keandalan, keistimewaan, keawetan, dan keindahan yang memenuhi bahkan melebihi seseorang. Secara umum kualitas produk merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk menguasai pasar. Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan. Jika dalam sebuah produk terdapat kualitas yang sudah terjamin mutunya, maka konsumen tidak akan melirik produk lain akan tetap membeli barang yang sudah terjamin kualitasnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (*independen*) yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini variabel independenya adalah kualitas produk dan harga, variabel dependenya adalah kepuasan konsumen.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap para konsumen (pembeli) dodol buah UD Putra Mandiri di Kabupaten Siak, penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan septemer 2020 sampai selesai.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dodol buah UD Putra Mandiri sebanyak 262 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen (orang yang membeli/pembeli dodol buah UD Putra Mandiri karena dalam penelitian ini belum diketahui maka jumlah sampel di tetapkan menggunakan rumus slovin sembagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e^2 : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan dalam penelitian ini, peneliti menetapkan 10% = 0,01 dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{262}{1 + 262 (0,1)^2}$$

$$n = 72,4 = (\text{dibulatkan } 72)$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang diambil adalah sebanyak 72 orang.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dlam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari konsumen dodol buah UD Putra Mandiri, sedangkan dalam penelitian ini pengukuran menggunakan skala *likert*, yang mana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai prilaku, objek, orang atau kejadian (Mudrajad Kuncoro 2011). Penulis menggunakan skala *likert* dalam bentuk *checklist* dengan jawaban pada setiap instrumen.

Tabel 3. Skor Alternatif Jawaban

Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
4	3	2	1

Sumber: Data Olahan 2021

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil angket, teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif, uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji parsial, uji t, uji simultan (uji f) dan uji koefisiensi datarminasi. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Kepuasan Kosumen

Data untuk variabel kepuasan konsumen diperoleh dari angket penelitian sebanyak 5 butir soal dan jumlah responden sebanyak (72) konsumen. Adapun penskoran yang digunakan adalah 1 sampai 4 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	>16-20	37	51,0
2	Tinggi	>12-16	35	49,0
3	Rendah	>8-12	0	0
4	Sangat rendah	4-8	0	0
	Jumlah		72	100

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi kepuasan konsumen berada di kategori sangat tinggi dengan frekuensi sebanyak 37 konsumen dengan presentase sebesar 51,0%.

Analisis deskriptif harga

Data untuk variabel keputusan pembelian diperoleh dari angket penelitian sebanyak 7 butir soal dan jumlah responden sebanyak (72) konsumen. Adapun penskoran yang digunakan adalah 1 sampai 4 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Harga

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	>20-25	64	89,0
2	Tinggi	>15-20	8	11,0
3	Rendah	>10-15	0	0
4	Sangat rendah	5-10	0	0
	Jumlah		72	100

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi harga berada dikategori sangat tinggi dengan frekuensi sebanyak 64 konsumen dengan presentase sebesar 89,0%.

Analisis deskriptif kualitas produk

Data untuk variabel kualitas produk diperoleh dari angket penelitian sebanyak 4 butir soal dan jumlah responde sebanyak (72) konsumen. Adapun penskoran yang digunakan adalah 1 sampai 4 adalah sebagai berikut :

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tinggi	>15-18	6	8,0
2	Tinggi	>12-15	59	82,0
3	Rendah	>6-12	7	10,0
4	Sangat rendah	3-6	0	0
	Jumlah		72	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi kualitas produk berada dikategori tinggi dengan frekuensi sebanyak 59 konsumen dengan presentase sebesar 82%.

Uji Hipotesis

Uji Asumsi Klasik

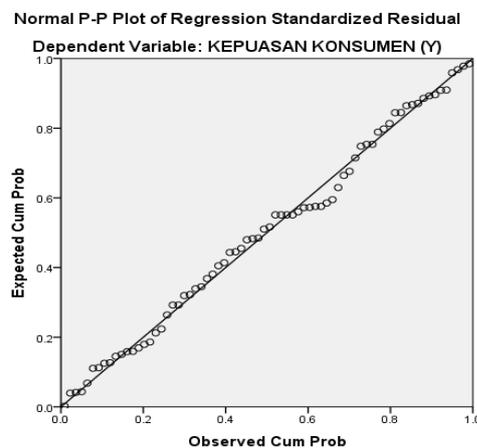
1. Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99019305
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,058
	Negative	-,089
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction
- This is a lower bound of the true significance

Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov terlihat dari nilai Asymp. Sig. (2- tailed) sebesar 0,200 atau probabilitas $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal. Disamping dengan menggunakan uji kolmogorov-mirnov, uji normalitas ini juga didukung dari hasil gambar grafik normal probability plot adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

Terlihat dari gambar di atas bahwa plot / titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, berada disekitar dan disepanjang garis 45 derajat, jadi dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

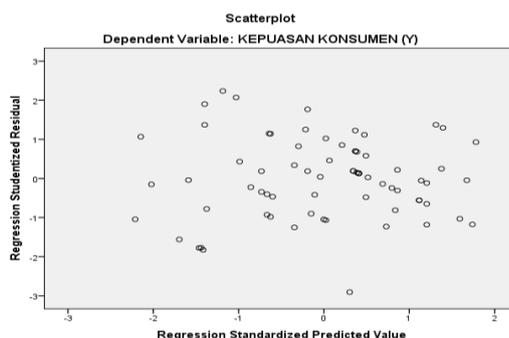
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA (X1)	.625	1.600
KUALITAS PRODUK (X2)	.625	1.600

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Dari Tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa Variabel Harga (X1) nilai tolerance 0,625 > 0,1 dan nilai VIF 1,600 < 10, Variabel Kualitas Produk (X2) nilai tolerance 0,625 > 0,1 dan nilai VIF 1,600 < 10. jadi dapat di simpulkan bahwa semua variabel terbebas dari multikolinearitas karena memiliki tolerance di atas 0,1 dan VIF di bawah 10.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas terlihat digambar bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Dari gambar diatas maka dapat disimpulkan bebas heteroskedastisitas sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi tingkat kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel bebas atau independen yaitu harga dan kualitas produk.

Uji F

Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Uji hipotesis ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi F_{hitung} dengan ketentuan:

1. Jika signifikansi $\leq 0,05$ dengan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)
2. jika signifikansi $\geq 0,05$ dengan $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabe dependen (Y)

Berdasarkan tabel distribusi dapat dilihat rumus sebagai berikut :

$$F_{\text{tabel}} = f(k : n - k)$$

Keterangan :

n = Banyaknya responden

k = Jumlah variabel X

$$F_{\text{tabel}} = f(k ; n - k)$$

$$F_{\text{tabel}} = f(2; 72-2)$$

$$F_{\text{tabel}} = f(3, 13)$$

Pada F_{tabel} hasilnya adalah 3,13. Hasil uji f atas variabel bebas tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	380,557	2	190,278	122,141	,000 ^b
Residual	107,492	69	1,558		
Total	488,049	71			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas

Berdasarkan Tabel 9 diatas diketahui nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 122,141 \geq F_{\text{tabel}} 3,13$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (harga) dan kualitas (produk) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan (konsumen).

koefisien determinasi

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,883 ^a	,780	,773	1,24814

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,780 atau 78,0 artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen sebesar 78,0 %, dan sisanya (22,0 %) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 11 Koefisiensi
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		B	std. Error	Beta		
1	(Constant)	,726	1,007		,721	,473
	Harga	,154	,050	,235	3,102	,003
	Kualitas produk	,964	,103	,709	9,377	,000

a. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan Tabel 11 diinterpretasikan adalah nilai pada kolom B, baris [ertama menunjukkan konstanta (a) dan baris selanjutnya menunjukkan variabel independen. Dengan melihat tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,726 + 0,154(X_1) + 0,964(X_2)$$

Adapun arti dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

1. Nilai koefisien regresi X_1 0,154 . Artinya apabila X_1 meningkat maka (Y) juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*.)
2. Nilai koefisien regresi X_2 0,964. Artinya bahwa apabila X_2 meningkat maka (Y) juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
3. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

Uji t

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

Adapun cara dalam uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara parsial variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara parsial variabel X terhadap variabel Y.

Adapun rumus t_{tabel} sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t (\alpha/2 : n - k - 1)$$

keterangan:

α = Tingkat kepercayaan (95% ; $\alpha = 0,05$)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel X

$$1 = \text{Bilangan konstanta}$$

$$t_{\text{tabel}} = t(0,05/2 : 72 - 2 - 1)$$

$$= t(0,025 : 72 - 2 - 1)$$

$$= t(0,025 : 69)$$

$$t_{\text{tabel}} = t(1,994)$$

Berdasarkan Tabel 4.8 maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda dalam analisis ini adalah :

1. Variabel harga (X1) dengan nilai signifikan $0,003 \leq 0,05$ dengan $t_{\text{hitung}} 3,102 \geq t_{\text{tabel}} 1,994$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel harga terhadap kepuasan konsumen dodol buah.
2. Variabel kualitas produk (X2) dengan nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ dengan $t_{\text{hitung}} 9,377 \geq t_{\text{tabel}} 1,994$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dodol buah.

Pembahasan

Variabel harga dan kualitas produk menunjukkan bahwa pada variabel harga diperoleh nilai signifikan sebesar $0,003 \leq 0,05$ dengan $t_{\text{hitung}} 3,102 \geq t_{\text{tabel}} 1,994$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri. Dan pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ dengan $t_{\text{hitung}} 9,377 \geq t_{\text{tabel}} 1,994$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri. Sehingga dapat membuktikan bahwa variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri di Kabupaten Siak diterima.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dessica (2016) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen SIM Card XL di Yogyakarta yang menunjukkan bahwa terdapat faktor harga memiliki hubungan positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya hasil penelitian ini sejalan dengan Ida Ayu Putu Dian Savitri I Made Wardana (2018) yang menyatakan bahwa, harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk dapat merasa puas.

Tuti (2015) yang berjudul "Pengaruh Pelayanan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi USU" yang menunjukkan bahwa faktor kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Alicia Aprilia Pandeiro (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor penting di mana konsumen dapat merasa puas atau tidak terhadap produk yang ditawarkan.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data yang diperoleh mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri, maka peneliti menemukan kesimpulan, sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri. Apabila harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk tersebut, maka konsumen akan mendapatkan manfaat yang seimbang dengan jumlah uang yang dikeluarkan.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri apabila kualitas produk yang di jual baik Maka akan memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Rekomendasi

Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dodol buah UD putra mandiri, penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk menentukan program yang akan diambil oleh pihak perusahaan dalam menciptakan produk atau membuat program pemasaran kedepannya. Berikut adalah hal-hal yang perlu diperhatikan :

1. Harga dodol buah yang terjangkau menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen. Kesesuaian antara harga dengan manfaat dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Oleh karena itu hendaknya keunggulan dari segi harga yang terjangkau dapat terus di jaga dan tetap dipertahankan agar dapat bersaing dengan produk lain.
2. Sebelum melakukan pembelian konsumen hendaknya berhati-hati dalam memilih produk dodol, jangan hanya tertarik pada harga yang ditawarkan tetapi hendaknya konsumen mempertimbangkan juga kualitas produk dan kepuasan yang didapat dari pembelian produk tersebut. Kualitas produk dapat dilihat dari reliabilitas, fitur, keawetan, konsistensi, dan desain.
3. Hendaknya UD Putra Mandiri meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk dodol buah, sehingga akan banyak konsumen yang tertarik untuk membeli dodol buah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia alika pandeirot DKK 2021. Pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada pt unilever TBK cabang amurung dimasa pandemi covid-19 *jurnal EMBA VOL. 9. No 4. 2021. HAL 1303-1312.*
- Ayu ida putu dia savitri dan i made wardana, 2018. Pengaruh citra merek kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dan niat beli ulang E-jurnal manajemen unud, vol.7 no.10,2018 hal 5748-5782.
- Damayanti tuti 2013 pengaruh pelayanan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan telekomunikasi seluler (telkomsel) pada mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara. Skripsi. Universitas Sumatra Utara.
- Dinar Dessica sari. 2016 analisis pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen SIM CARD GSM prabayar xl di kota yogyakarta. Skripsi. Universita negri yogyakarta
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2012. “Prinsip-Prinsip Pemasaran” Edisi Ke-12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip, Kevin Lance Keller. 2012. “Marketing Management” 14th edition. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro Mudrajad, 2011. “Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi” Edisi keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sunyoto Danang. 2013. “Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran” Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, G. (2012). “Service Management Meningkatkan Layanan Prima” Jakarta, Andi.