

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru)**

**Oleh : Anita Ajannah**

**Pembimbing : Meyzi Heriyanto<sup>2</sup>**

Program Studi Administrasi Bisnis - Jurusan Ilmu Administrasi.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Universitas Riau. Pekanbaru.

Indonesia. Kampus Bina Widya Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293

***Abstract***

*This research was conducted at PT. Indojoya Agrinusa Pekanbaru Hatchery Unit as for the purpose of this study is to determine the effect of quality and price product on consumer satisfaction (Study at PT. Indojoya Agrinusa Pekanbaru Hatchery Unit). The quality and price Products are independent variables ( $X_1X_2$ ) While consumer satisfaction is the dependent variable (Y). The method in this study is quantitative where the sample used in this study is consumers of PT. Indojoya Agrinusa Pekanbaru Hatchery Unit was taken as many as 100 respondents. The data obtained from the results of baking and then processed to be tested with statistics through the SPSS program. From the results of testing conducted shows that quality product partially affects consumer satisfaction, prices partially affect consumer satisfaction, and quality and prices product have a positive and significant effect on customer satisfaction (study at PT. Indojoya Agrinusa Pekanbaru Hatchery Unit).*

***Keywords: Product Quality, Price and Satisfaction Consumer***

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Negara Indonesia merupakan Negara yang sudah berkembang. Seiring waktu dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia, maka meningkat pula kebutuhan akan protein hewani, yang menyebabkan permintaan akan daging semakin meningkat. Hal ini tidak terlepas dari ayam yang merupakan sumber daging untuk kebutuhan masyarakat. Pemenuhan akan daging ayam tidak terlepas dari peternakan ayam bibit. Perkembangan bisnis yang semakin maju salah satu dalam bidang

Penetasan ayam bibit niaga yang membuka peluang bagi seorang pembisnis. Dengan adanya pembibitan, maka salah satu faktor dapat untuk meraih keberhasilan suatu usaha peternakan. Untuk menghasilkan bibit yang bermutu maka diperlukan pengelolaan pembibitan ayam yang baik agar memperoleh telur tetas dan anak ayam atau Day Old Chilk (DOC) yang baik. Sehingga peran perusahaan dalam pembibitan akan menghasilkan final stock yang berkualitas dan dapat memenuhi permintaan konsumen.

Dalam perkembangan bisnis yang sangat tinggi sekarang ini, kepuasan konsumen merupakan hal yang paling

utama, karna seorang konsumen yang membeli diibaratkan seorang raja yang harus dilayani dengan baik. Usaha untuk memuaskan kebutuhan konsumen dilakukan dengan cara saling menguntungkan dan tidak ada yang dirugikan. Dalam menciptakan kepuasan konsumen perusahaan harus dapat memberikan apa yang diinginkan oleh seorang konsumen dan meningkatkan kualitas produk yang bagus, harga terjangkau, dan agar konsumen merasakan puas saat membeli sehingga menjadi pelanggan yang setia. Kepuasan konsumen diciptakan melalui keinginan dan harapan konsumen yang dapat terpenuhi dan sesuai dengan permintaan konsumen, maka konsumen akan semakin tinggi merasakan kepuasan .

Pada era saat ini dengan berkembangnya zaman dan meningkatnya kebutuhan protein hewani dimasyarakat, maka PT. Indojoya Agrinusa memperluas kegiatan produksinya dengan menjalankan usaha penetasan Ayam Bibit Niaga. Upaya untuk melakukan penetasan telur ini perusahaan menggunakan mesin tetas, dimana fungsinya menggantikan induk asli dari Ayam tersebut. Dengan semakin canggihnya teknologi yang digunakan perusahaan, maka semakin meningkat dan majunya perusahaan dalam menerapkan suatu bisnisnya. Oleh karena itu perusahaan dapat melakukan berbagai strategi untuk dapat meraih keberhasilan dalam bisnisnya dengan melalui kepuasan konsumen. Dengan meningkatkan kualitas produk salah satunya kualitas bibit yang bagus, memberikan harga yang terjangkau dan tepat sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal inilah, yang menjadikan penulis tertarik untuk

menganalisis tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru”**.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu **“Apakah Kualitas Produk Dan Harga Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru?”**

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga produk Ayam Bibit Niaga (DOC) pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.

### **Manfaat Penelitian**

Sedangkan hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, memberikan informasi dan gambaran yang berguna bagi perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi mengenai harga dan untuk meningkatkan kualitas produk serta memberikan kepuasan pada konsumen
- b. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan untuk menerapkan dan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang telah diperoleh selama perkuliahan.
- c. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang terutama yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

### **Kerangka teori**

#### **1. Kualitas Produk**

Menurut Tjiptono (2008), kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa “Konsumen akan merasa puas bila

hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas “.

Adapun Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kualitas produk dapat dilihat dari delapan dimensi, yaitu:

1. Kinerja (Performance), yaitu karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
2. Daya tahan (Durability), yang berarti daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang cepat habis atau cepat ganti.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications), yaitu kesesuaian sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.
4. Fitur (Features), yaitu produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau karakteristik pendukung utama suatu produk.
5. Reabilitas (Reliability), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar

karakteristik operasional kesesuaian dengan spesifikasi.

6. Estetika (Aesthetics), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, bentuk fisik, desain yang artistik, warna dan sebagainya.
7. Kesan kualitas (Perceived quality), yaitu persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya.
8. Serviceability, yaitu kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki: mudah, cepat, kompetensi. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

## 2. Harga

Menurut Umar Husein (2002), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Lupiyoadi (2001), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah nilai yang melekat pada suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang tertentu, dimana dengan nilai tersebut barang atau jasa tersebut dapat ditukarkan dengan uang sebagai alat beli.

Menurut Stanton (2003), indikator harga terdiri dari empat bagian yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas  
Kualitas produk yang diperoleh sebanding atau bahkan lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan.
3. Daya saing harga  
Kemampuan dalam menentukan harga yang dapat bersaing dengan harga produk yang lain.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat  
Manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

## 3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesanya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Umar (2002), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seseorang konsumen akan merasa puas jika dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar dan kemungkinan akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Taylor dan Baker (1994), menggunakan 4 indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

1. Rasa Senang Berdasarkan Pengalaman

Hal ini dapat ditinjau dengan perasaan senang atas sebuah pengalaman seorang pelanggan ketika menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha tertentu.

2. Pemenuhan Harapan

Merupakan sebuah pemenuhan atas harapan-harapan pelanggan

kepada sebuah produk atau jasa. Jika harapan-harapan tersebut dapat dipenuhi, maka pelanggan akan merasakan puas.

### 3. Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan seseorang pelanggan atas sebuah produk atau jasa tertentu yang membuat pelanggan tersebut akan memakai jasa tersebut berulang kali. Hal ini dikarenakan kepercayaan tersebut akan mendatangkan kepuasan bagi dirinya.

### 4. Persepsi Kinerja Perusahaan

Suara kepercayaan tingkat tinggi yang ada pada seorang pelanggan, akan membuat sebuah persepsi dalam dirinya tentang kinerja secara keseluruhan sebuah badan usaha tertentu. Persepsi tertentu akan membuat seorang pelanggan dengan senang hati memberitahukan orang lain atas kepuasan yang diduplikannya.

## **Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas produk merupakan bagaimana suatu produk mampu memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana konsumen akan merasa puas jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas produk yang baik. Begitupun sebaliknya jika perusahaan tidak mampu memenuhi harapan konsumen untuk dapat memberikan kualitas produk yang baik, maka konsumen tidak akan merasa puas.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Menurut

Kotler dan Armstrong (2001) adalah "Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan".

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan dari suatu produk dalam hal apakah produk tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai produk dari produsen atau penyedia jasa. Kepuasan pelanggan terjadi apabila pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas dan sesuai apa yang diharapkan.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan Tjiptono (1996).

## **Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Konsumen mempunyai ekspektasi bahwa harga yang lebih, akan mencerminkan kualitas yang baik. Walaupun dengan harga yang lebih, akan tetapi konsumen akan tetap puas jika harga tersebut sesuai dengan

kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Harga merupakan salah satu faktor yang penting, karena harga dapat menjadi suatu alasan utama konsumen memilih produk atau jasa. menurut Irawan (2004), antara lain kualitas produk, harga, service quality, emotional faktor, biaya dan kemudahan. Dari semua faktor tersebut, ada faktor yang dominan dalam menyebabkan naiknya atau turunnya kepuasan konsumen bagi konsumen yang sensitif terhadap harga yaitu harga dengan adanya harga yang relatif murah akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan.

### **Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2012), hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric.

Berdasarkan kerangka dasar teori maka penulis merumuskan suatu hipotesis adalah:

- H1: Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru
- H2: Diduga ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru
- H3: Diduga ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen PT.

Indojaya Agrinusa Unit  
Hatchery Pekanbaru

### **Teknik Pengukuran**

Penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert (5:4:3:2:1) yaitu berisi lima tingkat preferensi jawaban (Ghozali, 2006). Lima tingkat preferensi jawaban yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini yaitu “sangat baik”, “baik”, “cukup baik”, “tidak baik” dan “sangat tidak baik”.

### **Metode Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru

#### **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru pada tahun 2018 yang berjumlah 1200 populasi.

#### **2. Sampel**

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 dan untuk mempermudah perhitungan maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 Pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru.

#### **1. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder.

#### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan menggunakan wawancara dan kuesioner.

#### **3. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif.

#### **4. Uji Instrumen Data**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus

dibuang /diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan aplikasi komputer SPSS. Suatu pertanyaan dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Maka item pertanyaan tersebut valid (Umar, 2011).

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji reabilitas untuk alternative jawaban yang lebih dari dua akan menggunakan uji Cronbach's Alpha (Umar, 2011).

### 5. Uji Analisis Data

Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linear sederhana dan uji analisis regresi linear berganda.

### 6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu, pertama Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Yang kedua Uji  $t$  digunakan untuk menguji secara parsial atau individu pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, dan Uji statistik  $F$  digunakan untuk mengetahui variabel independen yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara (simultan) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilihat dari usia responden didominasi berusia 31-40 tahun, jenis kelamin lebih didominasi oleh laki-laki, kemudian pendidikan terakhir didominasi responden tamatan SD, dan berdasarkan pekerjaan didominasi oleh Karyawan Swasta.

Setelah pengujian validitas maka terlihat bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini valid, selanjutnya pengujian reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa jawaban responden atas pernyataan dari semua variabel yang digunakan adalah reliabel (dapat dipercaya).

Persamaan regresi dari hasil perhitungan statistic didapat sebagai berikut:

$$Y = (-5,599) + 0,191 X_1 + 0,688 X_2$$

Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta = (-5,599)

Artinya jika tidak ada variabel harga dan kualitas produk, yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen, sebesar (-5,599) satuan.

2.  $b = 0,191$

Artinya jika Variabel Kualitas Produk meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,191 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

3.  $b = 0,688$

Artinya jika Variabel Harga meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,688 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

4. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 56,980.

Dari hasil pengujian koefisien determinasi berganda diperoleh  $R^2$  (R Square) sebesar 0,540 atau 54%. artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 54% sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

## **2. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru. Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil sebagaimana yang diharapkan. Hasil analisis deskriptif pada variabel independen menunjukkan penelitian dalam kategori yang baik, dan hasil analisis dari deskriptif pada variabel dependen menunjukkan penilaian pada kategori yang baik. Berikut ini pembahasan dari setiap tujuan penelitian:

### **a. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen nilai hitung thitung sebesar 5,872 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan koefisien regresi sebesar 11,271. Ini berarti bahwa, terbukti kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2001), konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

### **b. Hubungan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa variabel harga nilai hitung thitung sebesar 8,133 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar 3,230. Ini berarti bahwa, terbukti harga dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut Irawan (2004) antara lain kualitas produk, harga, service quality, emotional faktor, biaya dan kemudahan. Dari semua faktor tersebut, ada faktor yang dominan dalam menyebabkan naiknya atau turunnya kepuasan konsumen bagi konsumen yang sensitive terhadap harga yaitu harga dengan adanya harga yang relatif murah akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Frenky (2013) yang berjudul analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Food Court I Love Fruit DP Mall Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Food Court I Love Fruit DP Mall Semarang.

### **c. Hubungan Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.**

Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah komponen yang sangat penting dan harus dicermati dengan teliti karena kualitas produk dan harga adalah dua hal yang saling berkaitan dimana persepsi selalu mengatakan jika kualitas baik dan bagus maka harga akan diperkirakan akan lebih tinggi. Dan jika kualitas jauh dibawa standar maka persepsi konsumen terhadap harga akan rendah jadi, hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) berganda menunjukkan besarnya koefisien determinasi ( $r^2$  square) = 0,540, yang artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 54% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Dan dari hasil pengujian secara simultan diperoleh Fhitung sebesar 56,980 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa, terbukti kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan. Sehingga hipotesis ke tiga dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu terdapatnya pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Priscillia 2013) mengenai “pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Mobil Nissan March pada PT. Wahana Wirawan Manado”, Terdapat bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Simultan Terhadap Kepuasan

Konsumen pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, dan dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Pada kualitas produk didapatkan hasil yang menunjukkan kualitas produk dari Hatchery secara keseluruhan dalam kategori baik sesuai dengan harapan konsumen, artinya PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru sudah menerapkan kinerja, kegunaan, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, reabilitas, estetika dan kesan kualitas kepada konsumen. Namun jika dilihat dari produk dimana mempunyai kinerja memiliki nilai yang paling tinggi yaitu sebesar Delapan ratus dua puluh Sembilan, sedangkan yang terendah kesan kualitas berjumlah Tujuh ratus delapan puluh tujuh. Secara keseluruhannya Kualitas produk di PT. Indojoya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru sudah dalam kategori yang baik.

2. Pada harga didapatkan hasil yang menunjukkan harga dari Hatchery secara Keseluruhannya dalam kategori baik yang artinya harga di Hatchery dikenal baik oleh para konsumen yang membeli Bibit ayam. Artinya harga yang ditetapkan dan disesuaikan oleh perusahaan mulai dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan kualitas, daya saing harga, serta kesesuaian harga dan manfaat. Namun jika dilihat dari setiap indikator keterjangkauan harga memiliki nilai yang tertinggi dengan

jumlah Tujuh ratus delapan puluh dua. Sedangkan yang terendah daya saing harga dengan jumlah tujuh ratus empat puluh enam. namun dengan demikian secara keseluruhannya harga pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru sudah dalam kategori yang baik.

3. Pada kepuasan konsumen didapatkan hasil yang menunjukkan kepuasan konsumen pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru secara keseluruhannya dalam kategori yang baik. Indikator pemenuhan harapan yang memiliki nilai yang tertinggi yaitu Enam ratus Sembilan puluh Sembilan, sedangkan indikator kepercayaan pelanggan yang terendah dengan jumlah Enam ratus delapan puluh sembilan. Secara keseluruhan kepuasan konsumen pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru sudah baik.

4. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin bagus kualitas Bibit ayam maka akan semakin meningkat dengan kepuasan konsumen.

5. Secara parsial dapat diketahui bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik harga yang diberikan dan sesuai maka akan semakin meningkat juga dengan kepuasan seorang konsumen yang membeli Bibit ayam tersebut.

6. Secara simultan dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan

saran yang dapat digunakan sebagai kontribusi pemikiran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran dari penulis yaitu sebagai berikut:

#### a. Bagi Perusahaan

1. Untuk lebih meningkatkan kualitas produk yang ada di PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru, perusahaan seharusnya lebih memperhatikan produk yang diberikan kepada konsumen terlebih pada indikator Perceived Quality (kesan kualitas) yang mana memiliki skor terendah dari indikator lainnya. Penulis sarankan Hatchery lebih meningkatkan kesan kualitas yaitu memberikan kesan yang positif dan produk yang baik bagi konsumen yang membeli.

2. Harga yang ditetapkan perusahaan dapat menentukan seseorang untuk membeli produk atau tidak, konsumen yang sensitif terhadap harga akan mempertimbangkannya untuk memesan atau membeli. Oleh karena itu penulis sarankan agar Hatchery dapat menetapkan dan memberikan harga yang sesuai dan mampu dijangkau oleh konsumen.

3. Agar kepuasan konsumen pada produk Bibit ayam dapat lebih meningkat, sebaiknya pihak perusahaan lebih dapat membaca dan memahami konsumen itu seperti apa, oleh karena itu dapat untuk memudahkan hatchery dalam menerapkan strategi yang lebih efektif dan pembeli akan semakin meningkat.

4. Diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru. Untuk itu diharapkan perusahaan untuk kedepannya mampu dalam meningkatkan kualitas produk Bibit ayam yang baik dan

berkualitas sesuai yang diharapkan oleh konsumen atau pembeli.

5. Diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru. Untuk itu diharapkan perusahaan kedepannya, dapat menetapkan harga yang sesuai, serta bisa memberikan kepuasan konsumen yang membelinya.

6. Diketahui secara simultan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indojaya Agrinusa Unit Hatchery Pekanbaru. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan lagi, hal –hal yang menimbulkan kepuasan konsumen dan juga mempengaruhi menurunnya permintaan konsumen dalam membeli Bibit ayam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Frenky. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Food Court I Love Fruit DP Mall Semarang*.
- Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SP.SS*. Semarang.
- Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Irawan, H. 2004. *Kepuasan pelanggan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsi-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta.
- Priscillia. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado*.
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran* .Jilid Satu, Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisbis, Edisi kedua*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- Taylor, A. Steven, Baker, L. Thomas, 1994, “An Assessment of The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in The Formation of Consumers’ Purchase Intentions”, *journal of Retailing*, Vol.70, Number 2, pp. 163-178.