

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. EKA PUTRAPRADA**

**Oleh : M. Rayhan Ardian**

**Pembimbing: Mashur Fadli**

Program Studi Administrasi Bisnis - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 responden dengan menggunakan metode slovin dan menggunakan kuesioner/angket serta wawancara sebagai instrument penelitian. Melalui uji instrument dan teknik analisis data yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji persamaan regresi, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi di peroleh hasil bahwa penilaian kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), Harga (X3) Berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen (Y) dan penilaian kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Eka Putra Prada .

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of product quality, service quality and price on consumer satisfaction at PT. Eka Putra Prada. The method used in this research is descriptive statistical analysis and multiple linear regression. The sample in this study amounted to 94 respondents using the Slovin method and using questionnaires and interviews as research instruments. Through instrument tests and data analysis techniques which include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression equation tests, partial tests, simultaneous tests, and coefficient of determination tests, the results were obtained that product quality assessment (X1) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y), service quality (X2) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y), price (X3) has a negative effect on consumer satisfaction (Y) and assessment of product quality (X1), service quality (X2) and price (X3) significant effect on consumer satisfaction (Y) at PT. Eka Putra Prada.*

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

pengusaha saat ini semakin ketat, membuat pebisnis harus memiliki langkah-langkah yang tepat dalam memasarkan produknya. Konsep pemasaran perusahaan harus mampu memahami konsumennya secara keseluruhan agar dapat maju dan berkembang. Perlunya memahami ini berdasarkan atas pikiran sasaran suatu produk adalah konsumen. Produk yang dipasarkan akan sangat tergantung dari penerimaan konsumen, maka konsumen tentu saja akan membelinya. Sebaliknya, produk yang dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen cenderung lebih memilih untuk tidak membelinya.

Perusahaan akan menawarkan inovasi-inovasi baru akibat dari tuntutan yang mengalami persaingan bisnis yang semakin ketat, inovasi-inovasi baru tersebut baik dalam hal produk yang lebih menarik atau pelayanan yang lebih memudahkan konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk mencari strategi dalam mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama. Sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap produk atau jasa

yang telah diterimanya, selanjutnya melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Sebagai pelaku usaha, harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini bertujuan untuk memberikan masukan penting bagi

perusahaan yang akan merencanakan strategi pemasaran selanjutnya. Ketika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan konsumen atau bahkan melebihi harapan atas keinginan mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh pelanggan. PT. Ekaputra Prada Indonesia merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak pada sektor Food and Beverages yang selalu berkembang dan berinovasi pada tahun PT. Ekaputra Prada Indonesia dapat bertahan melawan persaingan antar bisnis, tentunya PT. Ekaputra Prada Indonesia memiliki strategi pemasaran jenis produk Chill & Dry, frozen food, dan daging. Jenis-jenis Produk tersebut memiliki berbagai macam harga dan jenisnya, Berikut merupakan harga dan jenis produk dari PT. Eka Putra Prada :

**Tabel Jenis Produk dan Harga di PT. Eka Putra Prada**

No	Kategori	Nama Produk	Harga	Jenis
1.	Chill	Greenfield's Milk UHT Whipping Cream 1000ml x 12	Rp. 112.900	Susu & Whipping Cream
		Greenfield's Milk ESL Full Cream IP 1000ml x 12	Rp. 21.888	Susu & Whipping Cream

	&Dry	Green fields Milk ESL Chocomalt RP 1000ml x 12	Rp. 21.400	Susu & Whipping Cream
		Green fields Milk ESL SKIM RP 1000ml x 12	Rp. 21.400	Susu & Whipping Cream
		Master Gourmet Gold 1L x12	Rp. 76.699	Susu & Whipping Cream
		Hellmans Mayo Magic Pouch 1L x 12	Rp. 45.599	Susu & Whipping Cream
2.	Frozen Food	Kenzler Chicken Gordo n Bleu 900gr	Rp. 145.000	Frozen Olahan Ayam
		Endura Chicken Slice500gr	Rp. 51.000	Frozen Olahan Ayam
		Sunny Gold Chicken Karage 500gr	Rp. 52.000	Frozen Olahan Ayam
		Sunny Gold Chicken	Rp. 61.000	Frozen Olahan
		Wings 500gr		Ayam
		Sunny Gold Chicken Sausage 400gr	Rp. 32.000	Frozen Olahan Ayam
		Besto Beef Patties 500gr	Rp. 46.000	Frozen Olahan Sapi
		Endura Beef Stripe100gr	Rp. 119.000	Frozen Olahan Sapi
		Hemato Sosis Sapi 15pcs 500gr	Rp. 21.000	Frozen Olahan Sapi
3.	Daging	Cincang Daging Sapi(Import) 250gr	Rp. 48.000	Daging Sapi
		Tulang Sum Sum (Import) 250gr	Rp. 45.000	Daging Sapi
		Daging Dendeng Slice500gr	Rp. 62.000	Daging Sapi

	Daging Kambing 250gr	Rp. 35.000	Daging Kambing
	Iga Kambing AUS 500gr	Rp. 36.000	Daging Kambing
	Belef Saikoro 500gr	Rp. 90.000	Daging Sapi

Sumber : PT. Eka Putra Prada (2023)

Data di atas merupakan daftar jenis produk dan harga di PT. Eka Putra Prada. Harga yang ditawarkan oleh PT. Eka Putra Prada merupakan sebagai suatu strategi guna menarik pelanggan. Dari jenis dan harga yang ditetapkan oleh PT. Eka Putra Prada menarik beberapa pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh PT. Eka Putra Prada. Berikut merupakan daftar jumlah konsumen di PT. Eka Putra Prada.

### Kualitas produk

Perusahaan selalu berusaha memuaskan konsumen mereka dengan menawarkan produk berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumen). Seseorang yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika membeli dan menggunakan suatu produk. Menurut Kotler, (2006), kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Assauri, (2018), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.

### Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat

keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Kotler, (2006) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya. Pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

### 2.1.1 Harga

#### a. pengertian harga

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk atau jasa. Harga bagi pelanggan merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi pelanggan untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk tersebut. Perubahan harga juga berdampak terhadap pelanggan yang cenderung beralih ke merek lain yang lebih murah.

Menurut Kotler & Armstrong, (2014) "harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut dibayar pelanggan untuk produk itu" sedangkan "Menurut Tjiptono, (1996) "harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa".

## **Kepuasan Konsumen**

Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sarana perusahaan. Jumlah pesaing yang semakin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus dalam bersaing, bertahan hidup serta berkembang. "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka" Kotler, (2006). Kepuasan konsumen menurut Herzler & B, (2006) adalah "evaluasi purna beli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen".

Tjiptono, (1996) menyatakan bahwa: "kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya".

## **Kerangka Pemikiran**

pemecahan masalah pada umumnya dimulai dengan mencari suatu landasan agar masalah dapat diselesaikan. Hal ini bertujuan untuk mencari arah dalam proses penyelesaian masalah tersebut. Pada penelitian ini dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran pemecahan masalah sebagai berikut:

### **2.5 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, dikatakan sementara

karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Penelitian mengacu pada rumusan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- H1 : Diduga bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada.
- H2 : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada.
- H3 : Diduga bahwa kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada.
- H4 : Diduga bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2017), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini dilakukan di salah satu perusahaan distributor makanan dan minuman di kota Pekanbaru. PT Eka Putra Prada beralamat di Komplek Pegudangan Global Mas, Jl Garuda Sakti, Simpang Baru, Kec Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28291. Alasan memilih lokasi penelitian ini karena fenomena permasalahan dalam penelitian ini yaitu terjadinya fluktuasi pada target penjualan dan realisasi penjualan PT. Eka Putra Prada.

### Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,708	0,2028	Valid
	X1.2	0,605	0,2028	Valid
	X1.3	0,494	0,2028	Valid
	X1.4	0,611	0,2028	Valid
	X1.5	0,605	0,2028	Valid
	X1.6	0,677	0,2028	Valid
	X1.7	0,613	0,2028	Valid
	X1.8	0,641	0,2028	Valid
	X1.9	0,578	0,2028	Valid
	X1.10	0,499	0,2028	Valid
	X1.11	0,617	0,2028	Valid
	X1.12	0,367	0,2028	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,236	0,2028	Valid
	X2.2	0,783	0,2028	Valid
	X2.3	0,833	0,2028	Valid
	X2.4	0,816	0,2028	Valid
	X2.5	0,805	0,2028	Valid
	X2.6	0,769	0,2028	Valid
	X2.7	0,701	0,2028	Valid
	X2.8	0,713	0,2028	Valid
	X2.9	0,748	0,2028	Valid
	X2.10	0,737	0,2028	Valid

Dari tabel di atas dapat dilihat hasil dari pengujian validitas untuk masing-masing indikator pernyataan yang mengukur variabel *brand image*, *brand trust* serta keputusan pembelian mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,2028, maka bisa dikatakan pada

setiap indikator yang menjadi pernyataan variabel *Kualitas Produk*, *Kualitas Pelayanan*, *Harga*, dan *Kepuasan Konsumen* bisa dikatakan valid serta bisa digunakan dalam penelitian ini

### Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,771	0,60	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan	0,889	0,60	Reliabel
3.	Harga	0,921	0,60	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen	0,907	0,60	Reliabel

Melalui tabel 4 didpaati bahwasanya X1, X2, serta Y memperoleh cronbach's alpha melebihi 0,60, sehingga mencerminkan

jawaban dari pernyataannya keseluruhan variabel sesuai ataupun dapat dinyatakan reliabel

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

#### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

#### Unstandardized Residual

N	94	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37426189
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.044
	Negative	-.074
Test Statistic	.074	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	

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

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Dari tabel 5.3 tersebut didapati hasil dari uji normalitas dinyatakan normal. Nilai signifikansi guna mengetahui normal ataupun tidak suatu data yakni jika taraf sig > 0,05 bisa dinyatakan normal, sebaliknya jika taraf sig <

0,05 bisa dinyatakan tidak normal. Berdasarkan tabel 5.3 dapat diketahui nilai signifikansi 0,200 > 0,05 serta dari hasil ini menunjukkan data tersebut mempunyai persebaran data yang normal.

## Uji Multikolinearitas

Tabel 5.4 Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.605	1.978		.811	.419		
Kualitas Produk	.089	.042	.120	2.125	.036	.761	1.315
Kualitas Pelayanan	.591	.045	1.011	13.086	.000	.408	2.448
Harga	-.195	.050	-.285	-3.866	.000	.448	2.233

a.

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber : Hasil Olahan SPSS, 2024

Pada tabel sebelumnya didapati hasil dari uji multikolinearitas mempunyai nilai tolerance dari kualitas produk sejumlah  $0,761 > 0,10$ , kualitas pelayanan sejumlah  $0,408 > 0,10$ , dan harga sejumlah  $0,448 > 0,10$  yang membuktikan tidak terjadi suatu multikolinearitas. Serta nilai VIF dari kualitas produk sejumlah  $1,315 < 10,00$ , kualitas pelayanan sejumlah  $2,448 < 10,00$ , harga sejumlah  $2,233 < 10,00$  yang membuktikan tidak terjadi suatu

multikolinearitas.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ialah salah satu pengujian guna memahami apakah pada suatu model regresi yang dipakai pada penelitian terjadi perubahan pada varians serta residual satu pengamatan pengamatan yang lainnya. Apabila berbeda, bisa dikatakan heterokedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian dengan memanfaatkan aplikasi statistik SPSS dapat diketahui dari data pada tabel berikut:

Tabel 5.5 Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.800	1.006		.796	.428
Kualitas Produk	.041	.021	.224	1.951	.054
Kualitas Pelayanan	-.058	.023	-.395	-2.515	.074
Harga	.014	.026	.081	.541	.590

a. Dependent Variable:  
Abs\_Res Sumber : Hasil  
Olahan SPSS, 2024

Pada tabel sebelumnya didapati hasil dari uji heterokedastisitas menunjukkan nilai sig variabel kualitas produk sejumlah  $0,054 > 0,05$ , kualitas pelayanan sejumlah  $0,074 > 0,05$ , dan *harga* sejumlah  $0,541 > 0,05$  yang diartikan tidak terdapat suatu heterokedastisitas.

### 5.3 Uji Analisis Data

#### 5.3.1 Analisa Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda adalah persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Analisa regresi linear berganda memprediksi nilai variabel dependen (Y) jika nilai variabel – variabel independen (X) diketahui. Berikut hasil analisis linear berganda :

Tabel 5.6 Hasil Analisis regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.605	1.978		.811	.419
	Kualitas Produk	.089	.042	.120	2.125	.036
	Kualitas Pelayanan	.591	.045	1.011	13.086	.000
	Harga	-.195	.050	-.285	-3.866	.000

a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2024

### Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

menurut Kotler, (2006), kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk (Lupiyoadi, 2004). Kepuasan konsumen kunci penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t$  hitung 2,125 >  $t$  tabel 1.986 Maka dinyatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari ketentuan tersebut, hipotesis dapat diterima, yang artinya variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Elka Putra Prada. Hal ini juga memberi makna lain dimana semakin baik kualitas produk pada PT. Elka Putra Prada maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

Hal ini seiring dengan penelitian yang

sudah dilaksanakan (Abna, Shandrya, dan Kepi, 2022) menyatakan dimana Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), berpengaruh signifikan juga terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Oleh sebab itu, penting untuk mempertahankan variabel-variabel tersebut pada standar kualitas karena memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Kotler (2012) mengatakan adanya hubungan yang kuat antara kepuasan konsumen, keuntungan dan kualitas jasa atau produk pelayanan. Sedangkan kualitas pelayanan yang tepat adalah salah satu cara strategi untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi (Tjiptono 2004). Kualitas layanan merupakan faktor yang penting bagi kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t$  hitung nilai  $t$  hitung

13,096 > t tabel 1,986. Maka dinyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari ketentuan tersebut, hipotesis dapat diterima, yang artinya variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Elka Putra Prada. Hal ini juga memberi makna lain dimana semakin baik kualitas pelayanan pada PT. Elka Putra Prada maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

### **Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen**

menurut Kotler & Armstrong, (2014) harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut dibayar pelanggan untuk produk itu. Menurut Irawan, (2002) untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *Value for money* yang tinggi. Namun komponen harga ini tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung  $-3,866 < t$  tabel  $-1,986$ . Maka dinyatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari ketentuan tersebut, hipotesis dapat diterima, yang artinya variabel harga (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Elka Putra Prada. Hal ini

juga memberi makna lain dimana semakin tinggi harga pada PT. Elka Putra Prada maka semakin menurun kepuasan konsumen.

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

Berdasarkan Hasil Perhitungan nilai F hitung  $> F$  tabel,  $106,748 > 2,71$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dari ketentuan tersebut dapat disimpulkan H4 diterima bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,773 atau 77,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 77,3 % sedangkan sisanya 22,7% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka hipotesis keempat yang menyatakan “Terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Eka Putra Prada” diterima.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada variabel kualitas produk diperoleh nilai yang menunjukkan kualitas produk pada PT. Eka Putra Prada secara keseluruhan dalam keadaan Sangat

Baik, dengan variabel daya tahan tertinggi dan variabel kesan kualitas terendah. Pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai yang menunjukkan kualitas pelayanan pada PT. Eka Putra Prada secara keseluruhan dalam keadaan Baik, dengan variabel bukti fisik tertinggi dan empati terendah. Pada variabel harga diperoleh nilai yang menunjukkan penetapan harga pada PT. Eka Putra Prada secara keseluruhan sudah Baik, dengan variabel keterjangkauan harga tertinggi dan variabel kesesuaian harga dengan kualitas produk terendah. Pada variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai yang menunjukkan konsumen PT. Eka Putra Prada secara keseluruhan sudah puas terhadap produk, dengan variabel kesediaan merekomendasi tertinggi dan variabel kesesuaian harapan terendah.

2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik Kualitas Produk dari PT. Eka Putra Prada, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen PT. Eka Putra Prada.

4. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Dengan harga yang tinggi maka kepuasan konsumen akan menurun di PT. Eka Putra Prada.

5. Kualitas produk, kualitas

pelayanan dan harga berpengaruh terhadap

Kepuasan konsumen Dengan meningkatkan Kualitas produk, kualitas Pelayanan dan harga maka kepuasan konsumen juga akan meningkat di PT. Eka Putra Prada.

## DAFTAR PUSTAKA

Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo persada.

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.

Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) : concept and Tools*. Bayumedia.

Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>

Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.

Fitzimmons James, A., & Mona, J. (2012). *Service Management, Operations, Strategy, Information Technology* (Internasional Edition (ed.); 5th ed.). Mcgraw.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas

Diponegoro.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.

Goetstch, & Davis, S. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness* (P. H. International (ed.)). Englewood Cliffs.

Guntur, M., & Elffendi. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Sagung Setto.

Heizer, J., & B, R. (2006). *Manajemen Operasi* (7th ed.). Salemba Empat. Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1),175–182.

<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>

Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo. Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen* Prenhalindo.

Kotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran* (11th ed.). P.T Indeks Gramedia

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.

kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A.

(2014). *Manajmen Pemasaran Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Lupiyoadi, & Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2),134-146.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service

Service Quality and Its Implications for Future Research

*Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430> earch.

*Journal of*

Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan*

R&D. PT Alfabet. Sugiyono. (2016).  
*Metode Penelitian Kuantitatif,  
Kualitatif dan R&D.* PT Alfabet.  
Sugiyono. (2017). *Metode  
Penel*

Alfabet. Tania, A. El., Her mawan, H., &  
Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi  
Dan Harga Ter

hadap Minat Beli Konsumen.  
*Publik: Jurnal Manajemen  
Sumber Daya Manusia,  
Administrasi*

*Dan Pelayanan Publik,*  
9(1), 75–84.  
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258Tjptono>  
, F. (1996). *Manajemen Jasa*,. Andi.  
Zainuddin, D. (2018). Pengaruh  
Kualitas Produk dan Brand Image  
terhadap Minat Beli Motor Matik.  
*SosioE-Kons*,10(3), 220.  
<https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>

*itian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* PT