

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Es Teh Indonesia Cabang Jl. Delima

Siti Intan¹, Septian Wahyudi²

Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Jln Kaharuddin Nasution No. 113 Pekanbaru Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia 9022

Email : sitiintan770@student.uir.ac.id, septianwahyudi@soc.uir.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa, mengetahui dan menjelaskan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Es Teh Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data dari 96 orang responden. Dimana pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara kemudian didapatkan data yang telah dianalisa menggunakan SPSS V.22. Hasil pengujian terhadap hipotesis, menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji f menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil nilai koefisien determinasi dipengaruhi nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0,302 atau 30,2% sedangkan sisanya sebesar 69,8% ($100\% - 30,2\%$) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction at the Indonesian Ice Tea Branch Jl. Delima

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze, understand and explain the influence of price and product quality on consumer satisfaction at Es Teh Indonesia. This study uses a quantitative method with data from 96 respondents. Where data collection through questionnaires and interviews is then obtained data that has been analyzed using SPSS V.22. The results of testing the hypothesis show that price and product quality affect consumer satisfaction. The results of the f test show that price and product quality simultaneously affect consumer satisfaction. The results of the coefficient of determination are influenced by the R Square coefficient (R^2) of 0.302 or 30.2% while the remaining 69.8% ($100\% - 30.2\%$) is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan manusia yang tidak terbatas membuat kita berpikir tentang berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan manusia yang berbeda. Karena sifat konsumen yang berbeda-beda, seperti kebutuhan manusia yang tidak terbatas, serta faktor eksternal dan internal lainnya, memahami perilaku konsumen mungkin sulit. Salah satu kebutuhan utama manusia untuk memenuhi kebutuhan cairan tubuhnya adalah minuman. Seiring dengan perkembangan selera, minuman bukan lagi kebutuhan semata-mata, tetapi juga berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan rasa puas yang unik.

Ada hal yang harus diperhatikan oleh produsen yaitu mengenai harga yang diberikan dan juga kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Harga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam menciptakan kepuasan konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Selain harga, kualitas produk juga sama pentingnya dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Bila tidak sesuai spesifikasi maka produk akan ditolak, sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan. Maka sebaiknya perlu menjadi catatan agar di masa depan tidak terjadi kesalahan yang lebih besar.

Kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting bagi produsen untuk bertahan dan bersaing dengan pesaing. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen puas, jika kinerja melebihi harapan konsumen amat puas atau senang. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan faktor utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan bagian dari penjualan perusahaan.

Saat ini, bisnis franchise minuman telah berkembang pesat di masyarakat dengan berbagai merek, rasa, penyajian, dan kemasan yang berbeda-beda. Dari merek internasional hingga lokal, mereka telah berkembang pesat dan memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia. Dengan hadirnya banyak merek maka semakin ketat pula persaingan untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak.

Es Teh Indonesia adalah perusahaan minuman yang mengusung konsep Tea To Go, dengan menjual minuman kekinian yang berbahan dasar teh yang berkualitas dengan berbagai pilihan citra rasa istimewa yang dikemas gaya kekinian yang sangat menarik dan juga praktis yang saat ini sedang hits dikalangan masyarakat dan remaja. Diketahui saat ini Es Teh memiliki 22 varian rasa dengan harga yang bervariasi yang ada di kedai Es Teh Indonesia.

Tabel 1: Data Penjualan Produk Es Teh Indonesia Cabang Delima Tahun 2023

| Bulan | Jumlah Produk |
|--------------|---------------|
| Januari | 2.349 |
| Februari | 3.152 |
| Maret | 2.237 |
| April | 1.020 |
| Mei | 3.619 |
| Juni | 3.243 |
| Juli | 2.489 |
| Agustus | 3.620 |
| September | 2.203 |
| Oktober | 2.100 |
| November | 1.531 |
| Desember | 1.411 |
| Total | 32.593 |

Sumber: Es Teh Indonesia Pekanbaru, 2024.

Data penjualan produk di tahun 2023 pada bulan April terjadi penurunan penjualan produk dikarenakan pada bulan tersebut bulan Ramadhan atau bulan puasa. Dan adanya terjadi penurunan yang diakibatkan banyak pesaing minuman yang semakin banyak bermunculan.

Maka peneliti tertarik dan ingin melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Es Teh Indonesia Cabang Jl. Delima".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang pernah melakukan

pembelian produk Es Teh Indonesia.

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Es Teh Indonesia.
3. Apakah Harga dan Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Es Teh Indonesia.

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Es Teh Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Es Teh Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Es Teh Indonesia.

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Harga

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai dimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas yang terjual, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi

biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi dalam strategi penetapan harga yang memiliki peran penting dalam setiap perusahaan.

Menurut Samsul Ramli (2013:51) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa.

Menurut Kotler dalam buku (Indrasari 2019:42), terdapat empat indikator yang mencirikan harga. Keempat indikator tersebut adalah:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

B. Kualitas Produk

Kualitas Produk (*Produk Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Kotler dalam (Indrasari, 2019:55) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Tjiptono (2008), dalam (Suyono dkk, 2020) indikator kualitas produk terdiri dari :

1. Performance (kinerja)
2. Reliability (keandalan)
3. Features (keistimewaan tambahan)
4. Aesthetics (estetika)

C. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan merupakan faktor penting untuk meningkatkan keunggulan perusahaan dalam persaingan. Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen untuk melakukan pembelian berulang, yang merupakan bagian tersebar dari volume penjualan perusahaan. Kepuasan konsumen juga sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2009) dalam buku (Indrasari. 2019:92), terdapat tiga indikator kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

D. Teknik Pengukuran

Instrumen pada penelitian ini merupakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan. Penetapan skor yang diberikan pada setiap butir pertanyaan di bagi dalam 5 kategori sesuai dengan *skala likert*.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Pekanbaru. Sedangkan objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Es Teh Indonesia. Alasan peneliti memilih penelitian tersebut karena semakin pesatnya pertumbuhan bisnis dibidang franchise minuman, terkhusus pada minuman dimana meningkatnya persaingan ke sesama franchise minuman lainnya yang teramat banyak menjual berbagai macam minuman. Maka peneliti ingin mengetahui seberapa pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada outlet Es Teh Indonesia.

B. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survey deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Karena menggambarkan keadaan sebenarnya terjadi tentang apa-apa saja yang terdapat pada saat melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan berbagai data, menguraikan dan menganalisis sehingga diperoleh hasil sesuai dengan masalah penelitian.

Tabel 2: Pengukuran Skala Likert

| No | Kategori Penelitian | Skala |
|----|---------------------|-------|
| 1. | Sangat Baik | 5 |
| 2. | Baik | 4 |
| 3. | Cukup Baik | 3 |
| 4. | Kurang Baik | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Baik | 1 |

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Sedangkan sampel adalah bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Es Teh Indonesia di Pekanbaru yang pernah melakukan pemesanan produk tersebut. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen sebagai responden yang bersifat mewakili.

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability* sampling dengan metode *insidental sampling*. metode *insidental sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014).

E. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data Primer
2. Data Sekunder

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam menyampaikan ini, teknik yang digunakan adalah:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Kuesioner
4. Dokumentasi

G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada metode kuantitatif yaitu metode yang berwujudkan kepada riset dalam bentuk rumus-rumus. Untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Es Teh Indonesia. Maka penulis

menggunakan analisis yang terdapat tiga variabel, yaitu variabel bebas (X_1 , X_2) dan satu variabel (Y).

PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Rekapitulasi jawaban Responden

Tabel 3: Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden Tentang Harga Pada Produk Es Teh Indonesia.

| No | Indikator | Skor | Kategori |
|---------------|---|--------------|--------------------|
| 1. | Keterjangkauan Harga | 1.308 | Sangat Baik |
| 2. | Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk | 1.335 | Sangat Baik |
| 3. | Daya Saing Harga | 872 | Cukup Baik |
| 4. | Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Dirasakan. | 870 | Cukup Baik |
| Jumlah | | 4.385 | Sangat Baik |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024.

Berdasarkan tabel diatas hasil dari rekapitulasi responden variabel Harga bahwa indicator keterjangkauan harga memiliki skor sebesar 1.308, indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk skor sebesar 1.335, indikator daya saing harga skor sebesar 872, dan indikator kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan skor sebesar 870. Kemudian total skor

berdasarkan variabel harga sebanyak 4.385, sesuai dengan interval variabel harga dengan kategori sangat baik.

Dan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indicator kesesuaian harga dengan kualitas produk memiliki skor tertinggi. Artinya faktor indicator kesesuaian harga dengan kualitas produk dari aspek harga memiliki faktor yang sering terjadinya dengan kualitas produk.

Tabel 4: Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk Pada Produk Es Teh Indonesia.

| No | Indikator | Skor | Kategori |
|---------------|-----------|--------------|--------------------|
| 1. | Kinerja | 1.286 | Sangat Baik |
| 2. | Features | 866 | Sangat Baik |
| 3. | Keandalan | 863 | Sangat Baik |
| 4. | Estetika | 882 | Sangat Baik |
| Jumlah | | 3.897 | Sangat Baik |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024.

Berdasarkan tabel diatas hasil dari rekapitulasi responden variabel Kualitas Produk bahwa indicator kinerja memiliki skor sebesar 1.286, indicator features memiliki skor sebesar 866, indicator keandalan memiliki skor sebesar 863, dan indicator estetika memiliki skor sebesar 882. Kemudian

total skor berdasarkan variabel harga sebanyak 3.897, sesuai dengan interval variabel kualitas produk dengan kategori sangat baik.

Dan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indicator kinerja memiliki skor tertinggi. Artinya faktor

indicator kinerja memiliki faktor yang mempengaruhi dalam kualitas produk.

Tabel 5: Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Konsumen Pada Produk Es Teh Indonesia.

| No | Indikator | Skor | Kategori |
|---------------|----------------------------|--------------|--------------------|
| 1. | Kesesuaian Harapan | 1.672 | Sangat Baik |
| 2. | Minat Berkunjung Kembali | 1.219 | Sangat Baik |
| 3. | Kesediaan Merekomendasikan | 1.210 | Sangat Baik |
| Jumlah | | 4.101 | Sangat Baik |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024.

Berdasarkan tabel diatas hasil dari rekapitulasi responden variabel Kepuasan Konsumen bahwa indicator Kesesuaian Harapan memiliki skor sebesar 1.672, indicator Minat Berkunjung Kembali memiliki skor sebesar 1.219, dan indicator Kesediaan Merekomendasikan memiliki skor sebesar 1.210. Kemudian total skor berdasarkan variabel kepuasan konsumen sebanyak 4.101,

sesuai dengan interval variabel kepuasan konsumen dengan kategori sangat baik.

Dan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indicator kesesuaian harapan memiliki skor tertinggi. Artinya faktor indicator kesesuaian harapan memiliki faktor yang mempengaruhi dalam kepuasan konsumen.

B. Uji Validitas dan Realibilitas Uji Normalitas

Tabel 6: Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y).

| Variabel | Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} ($\alpha=0,05$) | Keterangan |
|-------------------------|------------|--------------|----------------------------------|------------|
| Harga (X1) | X1.1 | 0,662 | 0,200 | Valid |
| | X1.2 | 0,712 | 0,200 | Valid |
| | X1.3 | 0,706 | 0,200 | Valid |
| | X1.4 | 0,670 | 0,200 | Valid |
| | X1.5 | 0,592 | 0,200 | Valid |
| | X1.6 | 0,696 | 0,200 | Valid |
| | X1.7 | 0,672 | 0,200 | Valid |
| | X1.8 | 0,710 | 0,200 | Valid |
| | X1.9 | 0,686 | 0,200 | Valid |
| | X1.10 | 0,591 | 0,200 | Valid |
| Kualitas Produk (X2) | X2.1 | 0,623 | 0,200 | Valid |
| | X2.2 | 0,576 | 0,200 | Valid |
| | X2.3 | 0,660 | 0,200 | Valid |
| | X2.4 | 0,574 | 0,200 | Valid |
| | X2.5 | 0,600 | 0,200 | Valid |
| | X2.6 | 0,856 | 0,200 | Valid |
| | X2.7 | 0,836 | 0,200 | Valid |

54

| | | | | |
|-----------------------------|------|-------|-------|-------|
| | X2.8 | 0,841 | 0,200 | Valid |
| | X2.9 | 0,511 | 0,200 | Valid |
| Kepuasan Konsumen (Y) | Y.1 | 0,712 | 0,200 | Valid |
| | Y.2 | 0,703 | 0,200 | Valid |
| | Y.3 | 0,735 | 0,200 | Valid |
| | Y.4 | 0,663 | 0,200 | Valid |
| | Y.5 | 0,707 | 0,200 | Valid |
| | Y.6 | 0,698 | 0,200 | Valid |
| | Y.7 | 0,722 | 0,200 | Valid |
| | Y.8 | 0,792 | 0,200 | Valid |
| | Y.9 | 0,666 | 0,200 | Valid |
| | Y.10 | 0,705 | 0,200 | Valid |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024.

Dari tabel diatas dapat dilihat hasil pengamatan pada r_{hitung} dengan ketentuan r_{tabel} untuk 96 responden dari 0,05 yaitu 0,200 dengan menggunakan SPSS versi 22. Merujuk pada hasil dari uji validitas bahwa semua item pada variabel Harga (X1) yang dimulai dari (X1-X10) dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selanjutnya pada variabel kualitas produk (X2) yang terdiri atas (X2.1-X2.9) juga dinyatakan valid

karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Demikian juga pada variabel kepuasan konsumen (Y) yang terdiri dari (Y.1-Y.10) juga dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan telah memenuhi kesahan untuk digunakan dalam penelitian berikutnya karna nilai r_{hitung} melebihi nilai r_{tabel} 0,200 serta memiliki nilai positif pada setiap pertanyaannya..

Uji Realibilitas

Tabel 7: Hasil Uji Reliabilitas.

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Ketentuan Reliabel | Keterangan |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------|------------|
| Harga (X ₁) | 0,863 | > 0,6 | Reliabel |
| Kualitas Produk (X ₂) | 0,851 | > 0,6 | Reliabel |
| Kepuasann Konsumen (Y) | 0,891 | > 0,6 | Reliabel |

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024.

Dari table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha > nilai batas yaitu 0,863 > 0,60 yang menunjukkan bahwa variabel Harga Reliabel. Kemudian nilai Cronbach's Alpha > nilai batas yaitu 0,851 > 0,60 yang menunjukkan bahwa

variabel Kualitas Produk Reliabel. Dan juga nilai Cronbach's Alpha > nilai batas yaitu 0,891 > 0,60 yang menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen Realiabel.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu harga (X₁) dan kualitas produk (X₂). Apakah

masing-masing variabel berhubungan positif atau negative. Selain itu nilai variabel apakah mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 8: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 28,432 | 6,374 | | 4,460 | ,000 | | |
| | X1 | ,601 | ,102 | ,512 | 5,902 | ,000 | ,996 | 1,004 |
| | X2 | -,312 | ,116 | -,233 | -2,681 | ,009 | ,996 | 1,004 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024.

$$Y = a + b_1 X_1 - b_2 X_2$$

$$\text{Kepuasan Konsumen} = 28,432 + 0,601 - 0,312$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 28,432 artinya jika variabel bebas X₁ (harga) dan X₂ kualitas produk merupakan angka konstan yang memiliki arti bahwa nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 28,432.

2. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif sebesar 0,601, sedangkan harga diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,601.

3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai negatif sebesar -0,312, sedangkan kualitas produk diasumsikan negatif maka kepuasan konsumen akan menurun -0,312.

D. Uji T

Tabel 9: Hasil Uji – T

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 28,432 | 6,374 | | 4,460 | ,000 | | |
| | X1 | ,601 | ,102 | ,512 | 5,902 | ,000 | ,996 | 1,004 |
| | X2 | -,312 | ,116 | -,233 | -2,681 | ,009 | ,996 | 1,004 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil yang diperoleh:

1. Jika nilai t_{hitung} pada Harga (X₁) sebesar 5,902 > 1.986 dan nilai sig adalah 0.000 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima yang berarti berpengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Dan nilai t_{hitung} dari kualitas produk (X₂) sebesar -2,681 < 1.986 dan nilai signifikannya adalah 0,009 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H₂ ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

E. Uji F

Tabel 10: Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 536,137 | 2 | 268,069 | 20,099 | .000 ^b |
| | Residual | 1240,352 | 93 | 13,337 | | |
| | Total | 1776,490 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai F_{hitung} (20,099) > F_{tabel} (3,09) dan p value (0,000) < (0,05). Artinya adalah variabel bebas harga

(X1) secara Bersama-sama dan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

F. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Uji koefisien determinasi

digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi antara tiga variabel. Untuk mengetahui hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 11: Hasil Uji Kefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .549 ^a | ,302 | ,287 | 3,65200 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024.

Dari tabel diatas menghasilkan koefisien determinasi, kemudian diperoleh nilai R Square sebesar 0,302, bahwa tingkat hubungannya termasuk ke dalam korelasi lemah, kemudian diperoleh nilai koefisien R square (R^2)

senilai 0,302 = 30,2% sedangkan sisanya sebesar 69,8% (100% – 30,2%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh

Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Es Teh

Indonesia Cabang Jl. Delima, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel Harga di nilai dari tiga indicator yang telah peneliti kemukakan dalam kategori baik dimana harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Keadaan ini menunjukkan bahwa harga yang dikeluarkan oleh produk Es Teh Indonesia sudah baik dan dapat menarik konsumen.
2. Variabel Kualitas Produk dinilai empat indicator yang telah peneliti kemukakan dalam kategori yang kurang baik dimana kualitas produk berpengaruh negative dan tidak terjadi signifikan terhadap
- 4.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, agar dapat mempertahankan dan menarik konsumen-konsumen baru maka penulis memberikan saran kepada pihak, sebagai berikut:

1. Bagi pihak Es Teh Indonesia diharapkan dapat meningkatkan dan memaksimalkan harga yang diberikan sesuai dengan produk. Dan dapat menyesuaikan harga yang akan diberikan kepada konsumen, sehingga dapat menarik konsumen untuk pembelian suatu produk
2. Diharapkan kepada Es Teh Indonesia dapat tetap meningkatkan kualitas produk yang akan diberikan kepada konsumen dan untuk ketersediaan produk yang dapat ditingkatkan agar membuat

kepuasan konsumen pembelian produk minuman Es The Indonesia. Keadaan ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan es the kurang maksimal dan ini dapat menjadi perhatian bagi es the Indonesia agar meningkatkan kualitas produk yang akan diberikan kepada konsumen.

3. Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa nilai signifikan untuk berpengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang artinya diberikan serta dapat memberikan manfaat bagi konsumen, membuat konsumen merasakan rasa puas.

konsumen senang dengan adanya produk yang ingin dibeli.

3. Sementara itu untuk variabel kepuasan konsumen agar pemilik Es Teh Indonesia dapat terus meningkatkan kepuasan pada konsumen yang dapat mempengaruhi atau menarik konsumen agar dapat lebih terdorong untuk melakukan pembelian secara berulang pada produk Es Teh yang dapat membuat peningkatan pada penjualan di Es Teh Indonesia.
4. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian, diharapkan melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda dengan dapat menghasilkan pengujian lebih banyak instrument landasan teori maupun referensi agar memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sul-Sel: Global Research and Consulting Institute.
- Faishol, M. L., Yogia, M. A., Prayuda, R., & Wahyudi, S. (2024). Evaluating Conservation Assistance Programs in the Anambas Islands Marine Protected Area Using the CIPP Model. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(4).
- Febrida, A., Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020, November). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millenial. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 500-513).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Hasibuan, M. S. (2019). *Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- 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.
- Indrasari, M. (2019:45). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur, Indonesia: Unitomo Press.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media.
- Karamoy, A. (2011). *Waralaba*. Jakarta: PT Gramedia PustakaUtama.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Munir, A., Prihatin, P. S., & Wahyudi, S. (2023). Penyalahgunaan Obat Batuk Di Kalangan Remaja. *Jurnal Pengabdian*

- Kepada Masyarakat Patikala*, 2(4), 784-788.
- Economic, *Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4759-4765.
- Mendo, A. Y., Niode, I. Y., & Kango, U. (2022). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. NTB: Hamjah Diha Foundation.
- 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.
- Ningrat AT, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yotta Milk Cabang Talasalapang* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya (UB Press).
- Putri, B. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA Bandung.
- Putri, R. A., & Wahyudi, S. (2024, August). The Influence Of Fomo On Investor Investment Decision Making In Gen Z At Korea Investment And Securities Indonesia Pekanbaru. In *International Conference On Law And Social Sciences*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Rahman, M. (2017). *Ilmu Administrasi*. Makassar: CV Sah Media.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Raintung, M. C. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Minuman Boba Terserah Di Kotamobagu Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1644-1652.
- Suyono, Suyono, dkk. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di MCDonald's Pekanbaru." *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis* 5.1 (2020): 70-84.
- Safri, I., & Wahyudi, S. (2024). Implementasi Penerapan Pedoman Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 45 Pada Laporan Keuangan Masjid Di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. *Journal of*
- Terry, R. G. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tj, H. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate*, 5(12), 1566-1575.

- Umami, R., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250-257.
- Wahyudi, S., Ferdinand, A. T., & Sukresna, I. (2022). *Big-Impact Innovation, Pentingkah Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Startup Di Indonesia?* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Wahyudi, S., Yogia, M. A., & Amrillah, M. F. (2023). Unlocking user-driven innovation and sustainable competitive advantage through partnership: An open innovation perspective. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 31(1).
- Wahyudi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *VALUTA*, 7(2), 82-91.
- Wahyudi, S., Sukresna, I. M., & Simatupang, R. A. (2022). Unlocking Potential Social Value Creation to Improve Digital Startup Performance: The Role of Government Institutional Support and Social Entrepreneurship. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 30(1).
- Wahyudi, S. (2020). Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Dan Promosi Pada Usaha Amplang Sa-ljaan Kabupaten Kotabaru.
- Wahyuningtyas, Y. F. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Franchise Minuman. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 24(2), 144–153. <https://doi.org/10.32477/jkb.v24i2.150>
- Widyanti, R. (2019). *Perilaku Organisasi (Teori dan Konsep) Jilid 1*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5(1).
- Yogia, M. A., Wicaksono, A., Wahyudi, S., & Munir, A. (2023). Peran artificial intelligence sebagai pengungkit produktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Sei Simpang Dua Kecamatan Kampar Kiri Hilir, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 3(2), 891-896.
- Yogia, M. A., Syafaruddin, Z., Wahyudi, S., & Suyastri, C. (2024). Tailoring Service Delivery Innovation Architecture: A Service-Dominant Logic Theory Perspective for Micro Small and Medium Enterprises. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 39(1), 61-79.