



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
HOUSE OF SMITH PEKANBARU**

Vittho Pincano Ramadhan

217210272

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

Email: vitthopincanoramadhan@student.uir.ac.id

ABSTRAK

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu Harga dan Kualitas produk Sebagai variabel bebas dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat. Penelitian ini bertujuan Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru. Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian deskriptif dan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan software SPSS 25. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah Konsumen konsumen di house of smith Pekanbaru yang berjumlah 100 orang. Data penelitian ini diperoleh dari pengamatan, kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas, uji reliabilitas, Analisis regresi linier berganda, Uji-t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas produk berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai 0,671 atau 67,1% yang berarti besar pengaruh variabel bebas (independen) harga dan kualitas produk variabel terikat (dependen) kepuasan konsumenn sebesar 67,1%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti contoh kualitas pelayanan, lokasi, dan lain lain.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Kosnumen, House Of Smith, Pekanbaru

ABSTRACT

In this study, three variables were used, namely Price and Product Quality as independent variables and Consumer Satisfaction as the dependent variable. This study aims to determine whether price and product quality influence consumer satisfaction at House of Smith Pekanbaru. The type of research used is descriptive research and quantitative research methods using SPSS 25 software. The population and sample in this study were 100 consumers at House of Smith Pekanbaru. The data for this study were obtained from observations, questionnaires, and interviews. The data analysis technique in this study used Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Analysis, T-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that the Price and Product Quality variables influence the dependent variable, namely the consumer satisfaction variable. The coefficient of determination obtained a value of 0.671 or 67.1%, which means that the large influence of the independent variable (independent) price and product quality on the dependent variable (dependent) consumer satisfaction was 67.1%. While the rest is explained by other variables not examined in this study, such as service quality, location, and others.

Keywords : *Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, House Of Smith, Pekanbaru*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan untuk mendapatkan pangsa pasar semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan, dan perusahaan harus semakin peka terhadap perubahan kondisi agar dapat terus bertahan. Kondisi pasar yang semakin kompetitif dan dinamis menuntut perusahaan untuk menilai persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Faktor utama keberhasilan dalam dunia pemasaran modern adalah orientasi pelanggan (Tjiptono, 2000). Mempertahankan kepuasan konsumen dalam lingkungan kompetitif saat ini memerlukan berbagai upaya dari perusahaan. Tantangan terbesar dalam mengembangkan bisnis adalah bagaimana mengelola dan memaksimalkan keuntungan untuk menjamin kesuksesan bisnis di masa depan.

Bisnis di bidang pakaian atau fashion ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan sebelum memutuskan tujuan apa yang ingin dicapai agar dapat melakukan berbagai inovasi dan menyadarkan masyarakat akan produk yang dimilikinya. Bisnis pakaian saat ini banyak diminati konsumen. Pentingnya memiliki produk dan harga yang bersaing agar produk bisnis tetap diingat pelanggan dan menjadi pembeda dengan produk perusahaan lain. Menurut Tjiptono (dalam Kasinem, 2020) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Pada dasarnya kepuasan konsumen adalah suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen melalui produk yang dibeli atau dimilikinya..

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (dalam Ariyanti, 2022), harga memiliki peranan yang sangat penting di dalam bauran pemasaran, karena dalam penentuan suatu harga nantinya akan memiliki kaitan dengan pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan. Bagi perusahaan, dalam menentukan suatu harga harus mempertimbangkan beberapa hal, baik perekonomian konsumen maupun kondisi yang lain agar para konsumen bisa membeli barang atau produk tersebut. Sedangkan bagi konsumen harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil Keputusan dalam membeli

suatu produk atau barang dan juga merupakan persepsi mengenai produk tersebut (Riyanti, 2015).

Peluang bisnis pakaian merupakan sebuah bisnis yang mampu menarik peminatnya untuk terjun langsung demi meraup keuntungan yang besar. Perkembangan dunia fashion atau pakaian menyebabkan perubahan gaya berpakaian seiring dengan trend fashion yang terus berkembang. Keperluan dan keinginan konsumen sekarang maupun yang akan datang Perusahaan harus mampu lebih mengenalnya. Di Kota Pekanbaru sendiri terdapat banyak toko pakaian dengan produk sejenis yang memiliki lokasi yang berdekatan. Dari beberapa toko pakaian tersebut ada 3 toko yang memiliki tempat dan wilayah yang strategis dan mudah dijangkau, yaitu Toko House of smith Pekanbaru, Wizard Store Pekanbaru Russ & Co Pekanbaru.

Toko House of smith Pekanbaru adalah industry retail fashion atau salah satu brand lokal yang berasal dari bandung, House of smith Pekanbaru beralamat di Jl. Ronggo Warsito No.41, Cinta Raja, Kec. Sail, Kota Pekanbaru, Riau 28131. House of smith Pekanbaru berdiri pada tanggal 7 juni 2015 dimana pada grand opening nya House of smith Pekanbaru menawarkan produk pakaian yang bervariasi dan menarik, mengusung konsep "Fashion as a daily outfit" Segmentasi House of smith Pekanbaru adalah anak muda yang berusia dari 15 – 36 Tahun yaitu pelajar, mahasiswa maupun karyawan. House of smith Pekanbaru memiliki tagline "I Wear Smith Today" karena House of smith Pekanbaru ingin menjadikan produknya sebagai kebutuhan emosional kosumen sehingga dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam melakukan aktifitas.

Penelitian yang dilakukan pada toko House of smith Pekanbaru beralamat di Jl. Ronggo Warsito No.41, Cinta Raja, Kec. Sail, Kota Pekanbaru, Riau 28131.

Melalui observasi yang penulis lakukan yaitu studi pendahuluan pada House of smith Pekanbaru di peroleh bahwa toko house of smith pekanbaru memberikan harga produk yang terjangkau di banding toko yang lain, dilihat dari pemberian diskon atau potongan harga setiap harinya, dan setiap moment moment tertentu toko house of smith memberikan diskon harga yang menarik, Kualitas produk di house of smith bervariasi dengan bahan bahan produknya beraneka

ragam disesuaikan dengan jenis jenis produk yang ditawarkan, bahkan kualitas produk yang sama baik nya dengan toko lain, namun house of smith mampu memberikan harga lebih rendah dari kompetitor nya dan house of smith adalah toko yang memproduksi produk atau brand buatan sendiri, kualitas produk yang ditawarkan memiliki pilihan motif yang banyak, sehingga konsumen merasa puas berbelanja di house of smith pekanbaru.

Berdasarkan data yang di dapatkan dari house of smith pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Data Penjualan Toko House Of Smith Pekanbaru Bulan November 2024

No	Bulan	Tahun	Pendapatan
1	Agustus	2024	Rp. 228.670.000
2	September	2024	Rp. 234.800.000
3	Oktober	2024	Rp. 208.180.000
4	November	2024	Rp. 227.145.000
5	Desember	2024	Rp. 243.560.000
6	Januari	2025	Rp. 239.745.000

Sumber: House Of Smith Pekanbaru,2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa data penjualan House of smith Pekanbaru mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan, penjualan terendah terjadi pada bulan Oktober 2024 dan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2024 hal ini dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan hari besar umat kristiani yaitu hari natal dan Tahun Baru.

Selain harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas produk, Kepuasan konsumen tidak akan muncul begitu saja akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu. Menurut Yanto (2021) Kualitas produk adalah upaya untuk memenuhi, dan melebihi harapan konsumen. Menurut Montung, dkk (2015) Kualitas produk adalah sumber produk yang memenuhi bisnis yang dikelola oleh perusahaan berkualitas atau berkualitas tinggi sedangkan Menurut Tjiptono & Chandra (2019) Kualitas produk adalah kemampuan pada suatu produk yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, bahkan dapat melebihi harapan konsumen. kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menstimuli kepuasan konsumen dengan cara meningkatkan atau menawarkan kualitas produk sesuai apa yang diharapkan konsumen

Kualitas produk di house of smith pekanbaru secara detail, dimana dari segi bahan house of smith menggunakan berbagai macam bahan untuk produk produk nya, pada produk kaos atau t-shirt menggunakan bahan cotton combed 24s, produk polo shirt menggunakan bahan cvc pique with embroidery, produk hoodie menggunakan bahan fleece, produk jaket menggunakan bahan polar fleece with embroidery, dan produk produk lain nya menggunakan bahan polyester, cotton danball, cotton print, hightwist stretch dan lain lain, sehingga dapat dilihat bahwa kualitas produk di house of smith pekanbaru menggunakan berbagai macam bahan bahan yang berkualitas baik sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen Ketika berbelanja, toko house of smith merupakan toko atau brand yang produk produk nya yaitu hasil produk dan brand sendiri sehingga pilihan produk dan motif motif yang banyak serta terkini sesuai keinginan konsumennya.

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis sajikan dan didukung dengan hasil pra survey di lapangan, Maka penulis menemukan beberapa fenomena yang di jadikan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan observasi peneliti, toko house of smith pekanbaru memberikan harga produk yang terjangkau di banding toko yang lain, dilihat dari pemberian diskon atau potongan harga setiap harinya, dan setiap moment moment tertentu toko house of smith memberikan diskon harga yang menarik
2. Kualitas produk di house of smith bervariasi dengan bahan bahan produknya beraneka ragam disesuaikan dengan jenis jenis produk yang ditawarkan, bahkan kualitas produk yang sama baik nya dengan toko lain, namun house of smith mampu memberikan harga lebih rendah dari kompetitor nya
3. Dikarenakan house of smith adalah toko yang memproduksi produk atau brand buatan sendiri, kualitas produk yang ditawarkan memiliki pilihan motif yang banyak, sehingga konsumen merasa puas berbelanja di house of smith pekanbaru

Berdasarkan dengan permasalahan di atas dan juga didukung oleh fenomena fenomena yang terjadi di lapangan, oleh karena itu penulis tertarik mengangkat judul penelitian yaitu Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di House Of Smith Pekanbaru.

B. Rumusan Masalah.

Dari uraian pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana harga di toko house of smith Pekanbaru?
2. Bagaimana kualitas produk di toko house of smith Pekanbaru?
3. Bagaimana kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru?
6. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan harga di house of smith Pekanbaru.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan kualitas produk di house of smith Pekanbaru.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di house of smith Pekanbaru

KERANGKA TEORI

A. Harga

Harga Menurut Kotler & Amstrong (2016) dalam (Puspita & Budiatmo, 2020) Harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan dengan suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk dan suatu jasa. Lebih jauh lagi harga adalah sejumlah nilai yang seseorang tukarkan untuk suatu manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang

dipertimbangkan oleh konsumen saat sedang ingin melakukan pembelian Menurut Tjiptono & Chandra, (2012) dalam (Abdul Kohar Septyadi et al., 2022) Harga adalah jumlah yang harus dibayar konsumen untuk menerima suatu produk. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan penjualan dan keuntungan bagi suatu Perusahaan. Harga adalah jumlah yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa (Swasta (2001).

Berdasarkan pengertian pengertian harga diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai dan pada tingkat tertentu apabila suatu nilai dan manfaat meningkat, yang dirasakan konsumen maka nilainya akan naik pula

Indikator harga menurut Kotler & Amstrong (2016) dalam (Puspita & Budiatmo, 2020) variabel harga bila diidentifikasi indikator indikator nya adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga produk
Keterjangkauan harga produk merupakan keadaan Dimana produsen menyesuaikan dengan keadaan atau kemampuan konsumen dalam memberi produk
2. Diskon atau potongan harga
Adalah pengurangan harga yang diberikan penjual kepada pembeli, sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Meliputi: Masa/ waktu potongan harga dan Pembelian dalam jumlah besar.
3. Cara pembayaran
Cara pembayaran adalah berpindahnya hak pemilikan atas sejumlah uang atau dari pembayar kepada penerima, baik langsung maupun tidak langsung
4. Memiliki kesesuaian antara harga dengan manfaat produk.

Memiliki kesesuaian antara harga dengan manfaat produk merupakan faktor yang dilakukan produsen dalam menetapkan harga dengan menyesuaikan keinginan konsumen dengan manfaat produk yang dibeli.

B. Kualitas Produk

Kualitas produk Menurut Yanto (2021) Kualitas produk adalah upaya untuk memenuhi, dan melebihi harapan konsumen. Oleh karena itu, produk memiliki kualitas

sesuai dengan standar kualitas yang diberikan, dan kualitasnya adalah penyakit yang selalu terkandung dalam produk karena rasa dan harapan perubahan konsumen. Menurut Montung, dkk (2015) Kualitas produk adalah sumber produk yang memenuhi bisnis yang dikelola oleh perusahaan berkualitas atau berkualitas tinggi. Menurut Yafie, Surhayono, & Abdillah (2016), kualitas produk (product quality) adalah salah satu dana utama untuk memposisikan pemasar. Kualitas produk secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2018) kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Berdasarkan pengertian di atas, kualitas produk merupakan karakteristik produk dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya kualitas yang baik, maka akan terbentuk suatu karakteristik yang baik di pandangan pelanggan.

Adapun Indikator Kualitas produk menurut Tjiptono (2018) sebagai berikut:

1. Keandalan

Keandalan (reliability) yaitu Ini berkaitan dengan keandalan produk dalam memenuhi kebutuhan pengguna.

2. Kesesuaian dengan spesifikasi

Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification) yaitu produk produk yang dijual mayoritas sesuai dengan keinginan pelanggan

3. Daya Tahan

Daya tahan (durability) yaitu Ini berkaitan dengan berapa lama produk dapat digunakan. Atau bisa juga didefinisikan sebagai ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal

4. Estetika

Estetika (aesthetic) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera

5. Kualitas yang dipersepsikan

Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality) yaitu merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tipe survei deskriptif analisis ialah tipe penelitian yang menggambarkan mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian. Kemudian melalui pendekatan kuantitatif, ialah menjawab dan memecahkan masalah-masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang diteliti agar diperoleh gambaran yang jelas. Metode penelitian kuantitatif ialah metode-meode untuk hipotesis tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Pengukuran variabel-variabel biasanya dilakukan dengan instrument-instrumen penelitian sehingga menghasilkan data berupa angka-angka yang dapat dianalisis menggunakan prosedur-prosedur statistik.

B. Lokasi Penelitian.

Lokasi Penelitian ini dilakukan di House Of Smith Jl. Ronggo Warsito No.41, Cinta Raja, Kec. Sail, Kota Pekanbaru, Riau 28131. Yang menjadi Objek penelitian Adalah konsumen House Of Smith Pekanbaru, Alasan memilih tempat ini adalah house of smith pekanbaru brand nya juga sudah cukup lama dan termasuk brand yang paling banyak diminati oleh anak muda yang ada di pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:122) dalam Amirullah & Hermawan (2021) Populasi adalah keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti. Populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti, dengan demikian populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen House Of Smith Pekanbaru yang jumlahnya tidak terhingga.

2. Sampel

Sugiyono (2001) dalam (Henny, 2024) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti atau bagian dari total jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Di sini sampel harus benar - benar bisa mencerminkan keadaan populasi,

artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi. Berdasarkan rumus Lemeshow, maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan *Accidental sampling* ialah Teknik pengambilan sampel dengan memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai dengan mempertimbangkan kesiapan responden untuk diwawancarai atau dengan kuesioner dan dengan demikian *Accidental sampling* berdasar atas faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dijadikan sampel (Cochran,2024).

E. Jenis Dan Sumber Data

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

1. Data Primer

Ialah data yang diperoleh dengan cara mendatangi langsung objek penelitian, dimana data yang diperoleh hasilnya aktual dan dapat dipertanggung jawabkan. Cara mendapatkan data primer dalam penelitian ini ialah meninjau langsung dan mewawancarai pada informan terkait dengan toko house of smith pekanbaru.

2. Data Sekunder

Data sekunder sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, seperti struktur organisasi, uraian jabatan, tugas dan fungsi, sejarah singkat house of smith pekanbaru, jumlah pegawai serta data pendukung lainnya, dan literatur beserta laporan tertulis yang berhubungan dengan penjelasan yang berkaitan dengan penelitian

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

yaitu dengan melakukan proses tanya jawab dengan pihak-pihak terkait guna

memperoleh data serta informasi yang mendukung dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti melakukan proses wawancara yaitu dengan kepala toko, karyawan dan konsumen house of smith pekanbaru guna memperoleh informasi yang sesuai

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dan informasi dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden yang dijadikan sampel penelitian dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan dan jawaban, Sugiyono (2016:142). Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen house of smith pekanbaru.

3. Observasi

Observasi teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Data yang didapat melalui observasi langsung terdiri dari pengamatan secara rinci tentang kegiatan, perilaku, tindakan orang-orang, dan keseluruhan kemungkinan interaksi dan segala hal yang dapat diamati pada house of smith pekanbaru

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data kuantitatif dengan melihat dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri, seperti foto-foto penulis dengan karyawan/kepala toko dan konsumen house of smith pekanbaru.

G. Teknik Analisis Data.

Dalam penelitian ini pengolahan data yang digunakan yaitu dengan komputer menggunakan SPSS (Statistical Program For Social Sciens) yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang akurat sesuai dengan perhitungan dalam pengolahan data sehingga lebih cepat dan tepat (Sugiyono, 2017). Kuisoner atau hipotesis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas data yang digunakan dalam penyelidikan ini. Apabila alat yang digunakan untuk mengumpulkan data tidak mampu mengukur sensitivitas dan spesifisitas, maka data yang dikumpulkan tidak akan berguna. Konsistensi dan keakuratan data yang dikumpulkan diperiksa dengan pengukuran dan pengujian

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Variabel Harga (X1)

Tabel 2 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga

NO	Sub Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
Keterjangkauan harga produk							
1.	Harga yang tidak terlalu mahal	50	41	8	1	0	100
	Bobot Nilai	250	164	24	2	0	440
2.	Harga dan manfaat sesuai	66	29	4	1	0	100
	Bobot Nilai	330	116	12	2	0	460
Diskon/potongan harga							
1.	Masa/waktu potongan harga	60	29	11	0	0	100
	Bobot Nilai	300	116	33	0	0	449
2.	Pembelian dalam jumlah besar	59	33	7	1	0	100
	Bobot Nilai	295	132	21	2	0	450
Cara Pembayaran							
1.	Pembayaran tunai	61	31	7	1	0	100
	Bobot Nilai	305	124	21	2	0	452
2.	Pembayaran digital	60	32	8	0	0	100
	Bobot Nilai	300	128	24	0	0	452
Memiliki kesesuaian antara harga dengan manfaat produk							
1.	Adanya kecocokan antar harga	56	37	7	0	0	100
	Bobot Nilai	280	148	21	0	0	449
2.	Harga sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang ditawarkan	59	29	10	2	0	100
	Bobot Nilai	295	116	30	4	0	445
Bobot Total		3.597					
Rentang Skor		3.360 – 4.000					
Kategori		Sangat Baik					

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel Harga dapat diketahui bahwa total skor masing-masing indikator variabel Harga yaitu untuk indikator Keterjangkauan harga produk memiliki total skor 900, indikator Diskon atau potongan memiliki total skor sebesar 899, Indikator cara pembayaran memiliki total skor sebesar 904, Indikator Memiliki kesesuaian antara harga dengan manfaat produk memiliki total skor sebesar 894, Dari hasil keseluruhan

tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dari keempat indikator pada variabel Harga memiliki jumlah skor 3.597.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat rekapitulasi penyebaran kuesioner variabel harga pada ketegori Sangat Baik. nilai yang berada pada rentang 3.360 – 4.000. harga yang di berikan oleh house of smith pekanbaru sudah cukup terjangkau dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan sehingga sesuai

dengan manfaat yang di rasakan.

B. Variabel Kualitas Produk (X2)

Tabel 3 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk

NO	Sub Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
Keandalan							
1.	Bahan yang berkualitas	52	37	7	4	0	100
	Bobot Nilai	260	148	21	8	0	437
2.	Produk dapat digunakan berulang kali	55	35	7	3	0	100
	Bobot Nilai	275	140	21	6	0	442
Kesesuaian dengan speksifikasi							
1.	Motif sesuai selera	50	40	10	0	0	100
	Bobot Nilai	250	160	30	0	0	440
2.	Banyak pilihan motif	58	31	9	2	0	100
	Bobot Nilai	290	124	27	4	0	445
Daya Tahan							
1.	Warna tidak luntur	57	30	13	0	0	100
	Bobot Nilai	285	120	39	0	0	444
2.	Tidak mudah rusak	66	23	7	4	0	100
	Bobot Nilai	330	92	21	8	0	451
Estetika							
1.	Dapat dipakai jangka Panjang	61	28	8	3	0	100
	Bobot Nilai	305	112	24	6	0	447
2.	Motif tidak berlebihan	64	28	7	1	0	100
	Bobot Nilai	320	112	21	2	0	455
Kualitas yang dipersepsikan							
1.	Keindahan produk	63	29	6	2	0	100
	Bobot Nilai	315	116	18	4	0	453
2.	Memiliki reputasi merk yang baik	57	33	10	0	0	100
	Bobot Nilai	285	132	30	0	0	447
Bobot Total		4.461					
Rentang Skor		4.200 – 5.000					
Kategori		Sangat Baik					

Sumber: Data Olahan Penelitian,2025

Berdasarkan tabel diatas rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel Kualitas produk dapat diketahui bahwa total skor dari masing masing indikator variabel kualitas produk yaitu untuk indikator keandalan memiliki total skor 879, indikator Kesesuaian dengan speksifikasi memiliki total skor sebesar 885, Indikator daya tahan memiliki total skor sebesar 895. indikator estetika memiliki total skor 902. indikator Kualitas yang dipersepsikan memiliki total

skor 900 Dan hasil keseluruhan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk jumlah total skor yaitu 4.461. diketahui tingkat kategori pada Variabel kualitas produk berada pada kategori Sangat Baik. Kriteria berdasarkan jumlah nai yang berada pada rentang 4.200 – 5.000.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat rekapitulasi penyebaran kuesioner variabel kinerja karyawan memiliki kondisi sangat setuju dengan skor total sebesar 2.620 dan

berada direntang 2.520 – 3.000. dengan kondisi ini dapat diartikan bahwa kinerja karyawan di PT Perkebunan Nusantara IV

PalmCo Regional 3 Distrik Timur Kebun Sei Buatan dinyatakan sangat setuju dari pernyataan responden.

C. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen

NO	Sub Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
Kesesuaian harapan							
1.	Produk sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	64	28	7	1	0	100
	Bobot Nilai	320	112	21	2	0	455
2.	Pelayanan oleh karyawan sesuai yang di harapkan	60	32	8	0	0	100
	Bobot Nilai	300	128	24	0	0	452
3.	Fasilitas sesuai atau melebihi yang diharapkan	42	52	6	0	0	100
	Bobot Nilai	210	208	18	0	0	436
Minat berkunjung Kembali							
1.	Berminat untuk berkunjung kembali karena harga yang di berikan sesuai.	37	63	0	0	0	100
	Bobot Nilai	185	252	0	0	0	437
2.	Berminat untuk berkunjung kembali karna nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memiliki produk.	41	57	2	0	0	100
	Bobot Nilai	205	228	6	0	0	439
Kesediaan Untuk merekomendasikan							
1.	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan sesuai	36	56	7	1	0	100
	Bobot Nilai	180	224	21	2	0	427
2.	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena harga yang terjangkau	37	55	8	0	0	100
	Bobot Nilai	185	220	24	0	0	429
3.	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang	42	52	6	0	0	100

NO	Sub Indikator	Tanggapan Responden					Total Skor
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
	ditawarkan karena nilai atau manfaat yang sesuai						
	Bobot Nilai	210	208	18	0	0	436
	Bobot Total	3.511					
	Rentang Skor	3.360 – 4.000					
	Kategori	Sangat Baik					

Sumber: Data Olahan Penelitian,2025

Berdasarkan tabel diatas rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel Kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa total skor dari masing masing indikator variabel kepuasan konsumen indikator kesesuaian harapan memiliki total skor 1.343, indikator minat berkunjung Kembali memiliki total skor sebesar 876, Indikator kesediaan untuk merekomendasikan memiliki total skor sebesar 1.292. Dan hasil keseluruhan

tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen jumlah skor 3.511. diketahui tingkat kategori pada Variabel kepuasan konsumen berada pada ketegori Sangat Baik dengan rentang nilai 3.360 – 4.000. Hal ini berarti bahwa indikator indikator yang digunakan dalam penelitian ini sudah mewakili atas variabel kepuasan konsumen.

HASIL ANALISIS DATA

A. Uji Validitas

Uji validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data-data yang ditampung pada suatu kuisisioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Data yang telah diolah dari hasil penyebaran kuesioner dapat diketahui bahwa pernyataan pada item-item tersebut dapat dinyatakan valid. Ukuran valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 25 berupa nilai item total masing-masing butir angket. butir angket dinyatakan

valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ sebesar 0,196. Hasil output SPSS versi 25 yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel harga (X1) variabel kualitas produk (X2) dan kepuasan konsumen (Y), dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	R hitung	R tabel ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
Harga				
1	X1.1	0,756	0,196	Valid
2	X1.2	0,650	0,196	Valid
3	X1.3	0,805	0,196	Valid
4	X1.4	0,694	0,196	Valid
5	X1.5	0,714	0,196	Valid
6	X1.6	0,775	0,196	Valid
7	X1.7	0,673	0,196	Valid
8	X1.8	0,842	0,196	Valid
Kualitas Produk				
1	X2.1	0,760	0,196	Valid
2	X2.2	0,661	0,196	Valid
3	X2.3	0,594	0,196	Valid
4	X2.4	0,638	0,196	Valid
5	X2.5	0,752	0,196	Valid
6	X2.6	0,665	0,196	Valid
7	X2.7	0,582	0,196	Valid
8	X2.8	0,711	0,196	Valid
9	X2.9	0,690	0,196	Valid
10	X2.10	0,654	0,196	Valid
Kepuasan Konsumen				
1	Y1	0,320	0,196	Valid
2	Y2	0,381	0,196	Valid
3	Y3	0,669	0,196	Valid
4	Y4	0,657	0,196	Valid
5	Y5	0,756	0,196	Valid
6	Y6	0,674	0,196	Valid
7	Y7	0,736	0,196	Valid
8	Y8	0,615	0,196	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025.

Berdasarkan tabel hasil dari output SPSS versi 25 terlihat bahwa korelasi antara butir-butir pernyataan yang berjumlah 26 pernyataan terhadap total skor masing-masing variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan

Konsumen (Y) menunjukkan hasil koefisien korelasi atau r hitung yang lebih besar dari pada r tabel (0,196), sehingga semua indikator pernyataan tersebut adalah valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas ialah uji yang bertujuan untuk menguji suatu kuisisioner jika dilakukan pengukuran berulang-ulang. Teknik yang ditentukan untuk mengukur realibilitas yaitu Jika nilai Cronbach Alpha >

0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Begitupun sebaliknya Jika nilai Cronbach Alpha < 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas.

No	Variabel	N Of Items	Cronbach	Batas Reliabilitas	Keterangan
1	Harga (X1)	8	0,882	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	10	0,863	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	8	0,731	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 di atas menunjukkan bahwa bahwa pada variabel Harga (X1) sebesar 0,882 > 0,60, variabel kualitas produk (X2) 0,863 > 0,60 dan

Kepuasan konsumen (Y) 0,731 > 0,60, dengan artian semua variabel dalam penelitian menunjukkan Nilai Cronbach's Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60.

C. uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak

adalah menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikan uji Kolmogrov-Smirnov sig. > 0,05 maka berdistribusi normal. Berikut ini adalah tabel hasil uji Kolmogrov-Smirnov yang didapatkan:

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

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72428348
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.057
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200 > 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan Keputusan dalam uji

normalitas Kolmogrov-Smirnov di atas dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

D. uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel

bebas. Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas. Berikut ini adalah table hasil uji multikolinieritas yang didapatkan:

Tabel 8 Hasil Uji multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga (X1)	.408	2.453
	Kualitas Produk (X2)	.408	2.453

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan hasil uji Multikolinieritas pada tabel diatas, menunjukkan bahwa diketahui nilai tolerance untuk variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) yaitu sebesar 0,408 lebih besar dari 0,10. Selanjutnya untuk nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel harga (X1) dan kualitas produk

(X2) yaitu sebesar 2,453 < 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa model regresi Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tidak terjadi gejala multikolinieritas.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan olahan data yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 25, maka hasil analisis

regresi linier berganda yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini::

Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	0.021	4.499		0.005	0.996
	Harga (X1)	0.336	0.062	.405	5.45	0
	Kualitas Produk (X2)	0.339	0.05	.506	6.81	0

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,021 + 0,336 X1 + 0,339X2$$

Berdasarkan Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai Constant yang di hasilkan sebesar 0,021, artinya apabila harga dan kualitas

produk nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,021.

2. Nilai koefisien regresi pada harga bernilai positif sebesar 0,336 yang artinya apa bila harga mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan kualitas produk diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen akan meningkat.

3. Nilai koefisien regresi pada kualitas

produk bernilai positif yaitu sebesar 0,339, menyatakan bahwa apabila kualitas produk mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan harga di asumsikan tetap maka kepuasan konsumen akan meningkat.

4. Variabel independen yang mempunyai nilai koefisien paling besar dan signifikan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

F. Hasil Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual dan persial untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel.

Untuk mengetahui uji signifikansi parameter individual (Uji t), maka diperlukan ketentuan pengujian sebagai berikut:

H0 ditolak dan Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H0 diterima dan Ha ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$.

$$T_{tabel} = n - k - 1 \text{ signifikansi} = \alpha : 2$$

Adapun berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda di atas diketahui nilai koefisien terbesar atau variabel yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap variabel kepuasan konsumen yaitu variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,339. Hal ini berarti kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

Jadi, $t_{tabel} = 100 - 2 - 1 = 97$, dengan signifikansi 5%. kemudian dicari pada distribusi nilai t_{tabel} maka ditentukan nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka H0 ditolak atau Ha diterima.

2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$ maka nilai H0 diterima atau Ha ditolak.

Adapun hasil perhitungan uji t melalui SPSS Versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10 Hasil Output SPSS Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.021	4.499		.005	0.996
	Harga (X1)	.336	.062	.405	5.450	.000
	Kualitas Produk (X2)	.339	.050	.506	6.810	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa Hasil uji t pada variabel Berdasarkan tabel V.25 hasil uji hipotesis di atas diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 5.450 > 1,988$ dan nilai $sig 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha di terima yang berarti berpengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk hasil uji hipotesis di atas diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 6,810 < 1,988$ dan nilai $sig 0,000 >$

$0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima yang berarti berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini variabel yang lebih dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di house of smith pekanbaru yaitu variabel kualitas produk..

G. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara Bersama-sama berpengaruh atau tidak

terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 11 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3568.498	2	1784.249	101.902	.000 ^b
	Residual	1698.412	97	17.509		
	Total	5266.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan hasil uji f diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $101,902 > F$ tabel $3,09$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha

H. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel Harga (X1) dan variabel

diterima yang berarti harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersama sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Berikut hasil uji koefisien determinasi :

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.678	.671	4.184

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Output SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi atau R square yang diperoleh yaitu sebesar $0,671$. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kemampuan pengaruh variabel harga dan kualitas produk yang secara bersama sama (simultan) terhadap variabel kepuasan konsumen adalah $67,1\%$ sedangkan sisanya $32,9\%$ dipengaruhi oleh hal-hal yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti contoh kualitas pelayanan, lokasi, dan lain lain.

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di House Of Smith Pekanbaru. Dari hasil dan analisis data

serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada house of smith pekanbaru memiliki harga produk yang relatif terjangkau dibandingkan kompetitor, dengan kualitas yang sebanding. Toko ini juga sering menawarkan berbagai promo menarik seperti diskon event, flash sale, hingga potongan harga saat pembelian offline atau online.
2. Kualitas produk yang ada di house of smith menggunakan kualitas baik, bahan yang awet, pilihan motif yang menarik serta mengikuti trend terkini. Warna produk tidak mudah luntur, juga merupakan hasil produk buatan sendiri dengan brand yang dikenal baik.

3. Konsumen di house of smith pekanbaru merasa puas berbelanja dikarenakan kualitas produk yang baik, harga terjangkau dan variasi motif produk yang menarik. Diskon yang sering diberikan menjadi daya Tarik tersendiri, sehingga banyak konsumen kembali berbelanja dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain.
4. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil tanggapan yang responden terhadap empat indikator Variabel harga yang meliputi Keterjangkauan harga produk, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, Memiliki kesesuaian antara harga dengan manfaat produk, dapat diketahui responden sangat puas terhadap harga yang ditawarkan oleh house of smith pekanbaru hal ini terlihat dari tanggapan responden dari 8 pernyataan pada variabel harga, walaupun responden secara keseluruhan menyatakan positif, namun jika dilihat dari jawaban responden masih ada yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan variabel harga sudah termasuk dalam kategori baik.
5. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil tanggapan yang responden terhadap lima indikator Variabel kualitas produk yang meliputi indikator keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, Kualitas yang dipersepsikan, dapat diketahui responden sangat puas terhadap kualitas produk yang ada di house of smith pekanbaru hal ini terlihat dari tanggapan responden dari 10 pernyataan pada variabel kualitas produk, walaupun responden secara keseluruhan menyatakan positif, namun jika dilihat dari jawaban responden masih ada yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan variabel kualitas produk sudah termasuk dalam kategori baik.
6. Besarnya kemampuan pengaruh variabel harga dan kualitas produk yang secara bersama sama (simultan) terhadap variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini tingkat hubungan

nya berada pada kategori kuat.

B. Saran

Berdasarkan Hasil Penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, saran yang dikemukakan peneliti, adalah sebagai berikut :

1. Dari sisi harga, diharapkan House Of Smith Pekanbaru mempertimbangkan penetapan harga yang di tawarkan yaitu dengan memperbanyak potongan potongan harga maupun diskon, di karenakan brand House Of Smith Pekanbaru adalah brand buatan sendiri di harapkan memberikan harga yang terjangkau dari yang lain, dan dikarenakan rata rata konsumen House Of Smith Pekanbaru berbelanja berulang kali, saran untuk menerapkan sistem member sehingga harga member lebih terjangkau lagi.
2. Dari sisi kualitas produk, diharapkan House Of Smith Pekanbaru mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dari produk produknya, dikarenakan apabila kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik, maka tentunya konsumen akan puas dan loyal terhadap House Of Smith Pekanbaru, tentunya akan berdampak positif bagi House Of Smith Pekanbaru sendiri. Hasil penelitian ini dan keterbatasan waktu yang di temukan peneliti dapat dijadikan sumber ide bagi pengembangan, penelitian di masa yang akan datang dan di harapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat mempertimbangkan dan mengembangkan penelitian ini dengan memasukkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kinerja karyawan
3. hasil penelitian ini dan keterbatasan waktu yang ditemukan peneliti dapat dijadikan sumber ide bagi pengembangan, penelitian ini dimasa yang akan datang. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dalam penelitian ini guna untuk mengetahui kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adnan, I. M., & Hamim, S. (2013). *Administrasi, Organisasi dan Manajemen*.
Amirullah, & Hermawan, S. (2021). *METODE PENELITIAN BISNIS*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
Henny, S. (2024). Panduan Praktis Penulisan Karya Tulis Ilmiah. In E. Efitra, S. Sepriano, W. Gustiani, & Y. Agusdi (Eds.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue March). PT. Green Pustaka Indonesi.
Kamaluddin Apiaty. (2017). *Administrasi Bisnis* (Patta Rapanna (ed.)). CV Sah Media 2017.
Muhammad Ramadhan, A., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *MANJEMEN PEMASARAN*. Widina, 2023.
Mustori, M. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. PT. Kanisius.
Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (aidil amin Effendy (ed.)). Cipta Media Nusantara.
Setiawan, Z., Judijanto, L., & Azizah, I. S. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis : Teori Komprehensif*. In PT. Sonpedia Publishing Indonesia. CV.Gita Lentera, 2024.
Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN*. Myria Publisher.

JURNAL

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
Among, J., & Vol, M. (2020). (313,479) > f. 13(2), 78–88.
Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.25>

7

- Basri, H., Yulian Ma'mun, M., & Malihah, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>
Fajar Saputro, & Muhammad Jalari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 266–285. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>
Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1). <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>
Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*. 9(1), 21–30.
Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
Nizam Ulul Azmy, & Yustina Chrismardani. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 224–236. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034>
Pembelian, K., Indomie, K., & Pt, P. (2021). *Jurnal manajemen*. 7, 49–64.
Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.280>

79

- Putra, E. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Citra Swalayan Dengan Variabel Intervening Service Quality. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 2(2), 89–94. <https://doi.org/10.31846/jae.v2i2.61>
- Septia, E., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Zulkarnaen, W. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 107–126 <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/52>