



Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus pada CV Adita Prima Collection

Adita Nur Arifah^{1*}, Fauziah Septiani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang,
 aditanur55@gmail.com^{1*} dosen01771@unpam.ac.id²

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan siluman pada harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian pada tahun 2022 yaitu sebanyak 300 pelanggan di CV Adita Prima Collection Tangerang Selatan, dengan jumlah sample sebanyak 75 responden yang diambil dengan melakukan metode probability sampling dengan menggunakan rumus Slovin. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas. Dan Analisis penelitian Verifikatif meliputi Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis regresi Linier Berganda, Koefisiensi Korelasi dan Koefisien Determinasi. Uji Hipotesis yang digunakan (Uji t) dan (Uji f) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan Thitung sebesar $9,476 >$ nilai Ttabel 1,993 dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Thitung $11,572 >$ nilai Ttabel 1,933. Secara siluman hasil pengolahan data menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Adita Prima Collection di Tangerang Selatan, dengan diperolehnya nilai Fhitung $>$ Ftabel $75,422 > 2,73$. Dengan nilai persamaan regresi berganda $Y = 6,092 + 0,291 X_1 + 0,489 X_2$ Dengan koefisien determinasi sebesar R² sebesar 55,2%. Kemudian sisanya di pengaruhi oleh faktor lain

Kata Kunci: Harga; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan

Abstract

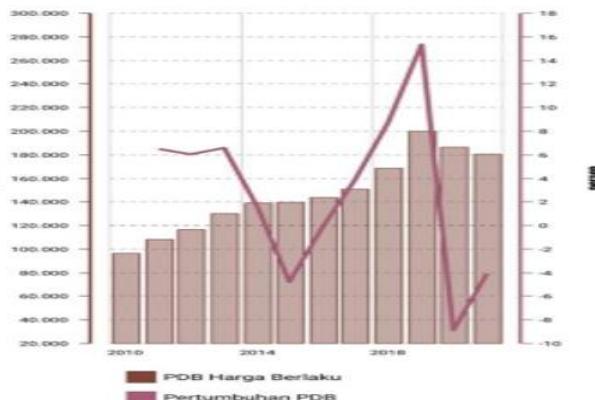
The aim of this study is to determine the partial and simultaneous influence of price and product quality on customer satisfaction. This type of research is quantitative research with an associative approach. The population in this research is customers who made purchases in 2022, namely 300 customers at CV Adita Prima Collection South Tangerang, with a sample size of 75 respondents taken using a probability sampling method using the Slovin formula. The classical assumption tests used include the Normality Test, Multicollinearity Test, Autocorrelation Test, and Heteroscedasticity Test. And Verificative research analysis includes Simple Linear Regression Analysis, Multiple Linear Regression Analysis, Correlation Coefficient and Determination Coefficient. Hypothesis tests used (t test) and (f test) The results of this study show that price partially has a significant effect on customer satisfaction with a T count of $9.476 >$ T table value of 1.993 and product quality partially has a significant effect on customer satisfaction with a T count of $11.572 >$ t value Table 1.933. Simultaneously, the results of data processing show that price and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at the CV Adita Prima Collection in South Tangerang, with the value of Fcount $>$ Ftable $75.422 > 2.73$. With the multiple regression equation value $Y = 6.092 + 0.291 X_1 + 0.489 X_2$ With a coefficient of determination R² of 55.2%. Then the rest is influenced by other factors

Keywords: Price; Product Quality; Customer Satisfaction



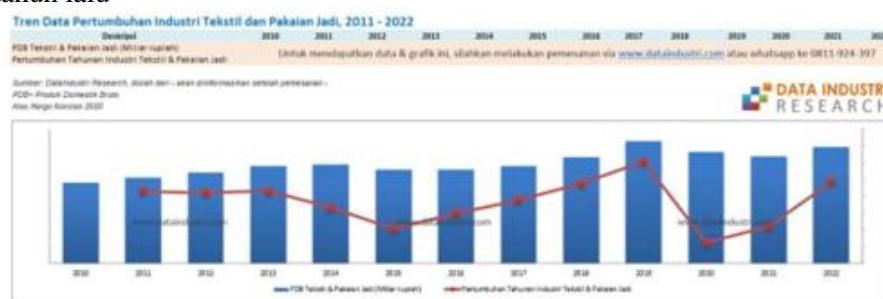
PENDAHULUAN

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) juga terus melakukan upaya untuk menguatkan ekosistem dan mendorong pertumbuhan pada subsektor ini. Fashion bukan hanya sebagai kebutuhan primer saja, namun sudah menjadi kebutuhan artistik sehingga mampu mendorong pertumbuhan industri ini lebih pesat. Menurut data pada tahun 2017, industri fesyen di Indonesia telah menyumbang kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto nasional sebesar 3,76 persen, dengan nilai ekspor mencapai 13,29 Milyar Dollar Amerika. Subsektor fesyen dalam ekonomi kreatif ini juga menjadi penyumbang terbesar pada tahun sebelumnya, 2016 sebanyak 54,54%



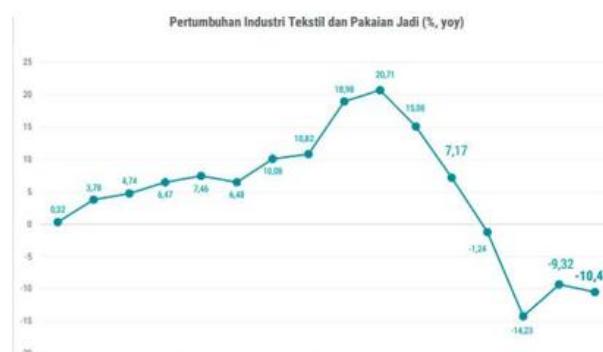
Gambar 1. Pameran Domestik untuk Fashion

Berdasarkan gambar 1 Produk domestik regional bruto (PDB) industri pakaian jadi dan tekstil atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp180,22 triliun pada 2021. Jika diukur menurut PDB atas dasar harga konstan (2010), industri pakaian jadi dan tekstil nasional kembali mengalami kontraksi sedalam 4,08% pada tahun lalu dibanding tahun sebelumnya. Kontraksi tersebut merupakan yang kedua kalinya dalam 2 tahun secara beruntun.Kontraksi tersebut selaras dengan pengeluaran konsumsi masyarakat untuk pakaian, alas kaki, dan jasa perawatannya yang mengalami pertumbuhan minus 0,06% pada tahun lalu



Gambar 2. Data Pertumbuhan Industri Tekstil

Berdasarkan gambar 2 pada kuartal 4 2022, kinerja industri tekstil dan pakaian jadi per kuartal (q on q) mengalami kontraksi atau penurunan sebesar minus 0,43 persen. Sedangkan untuk pertumbuhan tahunan (year on year) sektor industri tekstil dan pakaian jadi periode sampai kuartal 4 2022 mengalami pertumbuhan positif cukup besar. Kinerja pertumbuhan yang positif ini merupakan kembangkitan yang signifikan dibandingkan kinerja tahun 2021 dan 2020 yang minus cukup dalam



Gambar 3. Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi

Berdasarkan gambar 3 merujuk pada data Kementerian Perindustrian, dampak pandemi Covid-19 sejak kuartal II-2020, menyebabkan anjloknya utilisasi pada banyak pabrik di industri tekstil dan pakaian jadi hingga 30%. Penurunan daya beli serta pembatasan mobilitas yang sangat ketat menjadi penyebab ambruknya industri tekstil selama 2020. Pada tahun tersebut, industri tekstil terkontraksi 2,52% padahal pada tahun 2019 tumbuh 4,34%. Kondisi industri tekstil dan pakaian jadi mulai membaik sejak kuartal III tahun lalu dan semakin menggeliat menjelang Ramadhan. Direktur Tekstil, Kulit, dan Alas Kaki Kementerian Perindustrian Elis Masitoh mengatakan utilisasi industri tekstil meningkat tajam di bulan April. "Dari sisi produksi utilisasi untuk bulan April, industri tekstil mencapai 70% sementara industri garmen 85%," ujar Elis, kepada *CNBC Indonesia*.

Tabel 1. Data Jumlah Pelanggan CV Adita Prima Collectin tahun 2018-2022

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2018	339
2	2019	343
3	2020	122
4	2021	217
5	2022	300

Berdasarkan tabel 1 pada tahun 2018 jumlah pelanggan 339 dan mengalami kenaikan menjadi 343 pelanggan. akan tetapi, akibat pandemic pada tahun 2020 terjadi penurunan sangat drastis menjadi 122 pelanggan. pada tahun 2021 terjadi kenaikan menjadi 217 pelanggan dan saat ini tahun 2022 total pelanggan menjadi 300 pelanggan.

Tabel 2. Data Target Penjualan

No	Tahun	Target	Realisasi	Prosentase
1	2018	Rp. 1.000.000.000	Rp. 1.100.000.000	110%
2	2019	Rp. 1.000.000.000	Rp. 1.180.000.000	118%
3	2020	Rp. 1.000.000.000	Rp. 330.000.000	33%
4	2021	Rp. 1.000.000.000	Rp. 640.000.000	64%
5	2022	Rp. 1.000.000.000	Rp. 900.000.000	90%

Berdasarkan tabel 2 pada tahun 2018 realisasi telah melebihi target pencapaian menjadi 110% dari target dan ditahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya menjadi 118% dari target pencapaian. Akan tetapi akibat pandemic 2020 realisasi turun drastic menjadi 33% dari target. Pada tahun 2021 terjadi kenaikan 64% dari target dan saat ini tahun 2022 pencapainnya telah 90% dari target.

Tabel 3. Harga Produk CV Adita Collection dan Primechic Label

No	Produk Sejenis	CV Adita Prima Collection	Primechic Label
1	Dress Brukat	Rp. 3.000.000	Rp. 2.399.000
2	Kebaya Kutu Baru	Rp. 1.500.000	Rp. 1.249.000
3	Basic Blouse	Rp. 500.000	Rp. 499.000
4	Kebaya Brukat Payet	Rp. 3.000.000	Rp. 2.499.000
5	Jas	Rp. 1.500.000	Rp. 1.699.000

Sumber : CV Adita Prima Collection dan Primechic Label 2023

Berdasarkan tabel 3 terlihat terdapat perbedaan harga yang lumayan berbeda. Beberapa produk CV Adita Prima Collection lebih murah dibandingkan Primechic Label. Dengan harga yang ditawarkan CV Adita Prima Collection dapat dijadikan bahan pertimbangan konsumen dalam membeli produk. Harga juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan dan kesetiaan konsumen pada produk. Kualitas Produk adalah suatu kemampuan produk yang akan membantu memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Gitania Danny 2021:229) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Pada setiap penelitian, ukuran sampel yang layak berkisar antara 30 sampai 500, kedua apabila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 (Sugiyono dalam Maryati,2020). Untuk Pra Survey kali ini, menggunakan 30 responden.



Tabel 4. Data Pra Survey Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah peserta Dalam target	
		Ya	Tidak		
1	Apakah produk CV Adita prima collection memakai kualitas bahan baku yang premium	72%	28%	30	100%
2	Apakah produk CV Adita prima collection memiliki ciri khas design	45%	55%	30	100%
3	Apakah produk CV Adita Prima Collection memiliki <i>size chart</i> yang konsisten.	48%	52%	30	100%
4	Apakah produk CV Adita Prima Collection memiliki tingkat kesesuaian <i>size chart</i> sesuai berdasarkan <i>spesifikasi</i> .	30%	70%	30	100%
5	Apakah Cv Adita Prima Collection memiliki daya tahan lam pemakaian.	90%	10%	30	100%

Sumber : Data Pra Survey Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen CV Adita Prima Collection.

Berdasarkan tabel diatas setelah melakukan pra-survey harga dan kualitas produk dari 30 responden, terlihat adanya presentase harga dan kualitas produk masih belum 100% baik dan perlu ditingkatkan kembali untuk perkembangan produk itu sendiri

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (dalam Gitania,2021:230) menjelaskan Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian kuantitatif, menggunakan angka-angka dalam mendeskripsikan yang terjadi di lapangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 5. Uji Validitas Instrumen Harga

No.	Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	ket
Harga (X1)				
1	Harga yang ditetapkan CV Adita Prima Collection relatif terjangkau	0,577	0,227	Valid
2	Harga yang ditetapkan CV Adita Prima Collection bervariasi sesuai dengan model atau design yang diberikan	0,625	0,227	Valid
3	Harga yang ditetapkan CV Adita Prima Collection sesuai dengan kualitas (jahitan dan material yang ditawarkan)	0,717	0,227	Valid
4	Harga yang ditetapkan CV Adita Prima Collection sesuai dengan kualitas (<i>pelayanan yang diberikan</i>)	0,469	0,227	Valid
5	Harga yang ditetapkan CV Adita Prima Collection sesuai dengan manfaat untuk dipakai sehari-hari	0,673	0,227	Valid
6	Harga yang ditetapkan CV Adita Prima Collection sesuai dengan manfaat yang diharapkan (jahitan nyaman dan tepat sesuai ukuran)	0,684	0,227	Valid
7	Harga yang ditetapkan CV Adita Collection lebih murah dibanding butik pesaing	0,691	0,227	Valid
8	Harga yang diterapkan CV Adita Prima Collection sesuai harga dipasaran	0,731	0,227	Valid

Sumber: data primer yang diolah peneliti,2024

Berdasarkan pada tabel 5 variabel harga (X1) diperoleh r hitung berada diatas angka 0,227 atau (r hitung > r tabel). Maka semua item dinyatakan valid, hasil kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.



Tabel 6. Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	ket
Harga (X1)				
1	Produk CV Adita Prima Collection sesuai dengan bentuk pesanan yang diterima	0.555	0,227	Valid
2	Produk CV Adita Prima Collection sesuai dengan kelengkapan fitur (Teknik jahit yang modern)	0.725	0,227	Valid
3	Produk CV Adita Prima Collection sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0.710	0,227	Valid
4	Produk CV Adita Prima Collection memberikan kualitas yang sudah membuat kesan yang baik	0.751	0,227	Valid
5	Produk CV Adita Prima Collection memiliki ketahanan lama pemakaian	0.724	0,227	Valid
6	Produk CV Adita Prima Collection memiliki fungsi yang diinginkan tanpa terdapat kegagalan	0.756	0,227	Valid
7	Produk CV Adira Prima Collection memberikan perbaikan disetiap produk	0.740	0,227	Valid
8	Produk CV Adita Prima Collectipn memiliki style yang cocok untuk sehari-hari	0.657	0,227	Valid
9	Produk CV Adita Prima Collection memiliki ciri khas design yang menarik	0.698	0,227	Valid

Berdasarkan pada tabel 6 variabel kualitas produk (X2) diperoleh r hitung berada diatas angka 0,227 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Maka semua item dinyatakan valid, hasil kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 7. Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	ket
Harga (X1)				
1	CV Adita Prima Collection sudah memenuhi keinginan yang dipesan	0.664	0.227	Valid
2	CV Adita Prima Collection sudah sesuai dengan apa yang ditawarkan	0.740	0.227	Valid
3	CV Adita Prima Collection dapat membuat anda melakukan pembelian berulang	0.712	0.227	Valid
4	CV Adita Prima Collection memiliki alasan untuk datang kembali	0.668	0.227	Valid
5	CV Adita Prima Collection adalah pilihan yang tepat untuk menjahit	0.672	0.227	Valid
6	CV Adita Prima Collection dapat direkomendasikan ke orang lain	0.680	0.227	Valid
7	CV Adita Prima Collection layak untuk dipromosikan di social media	0.725	0.227	Valid
8	CV Adita Prima Collection dapat dikatakan produk yang semua orang harus miliki	0.606	0.227	Valid

Berdasarkan pada tabel 7 variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh r hitung berada diatas angka 0,227 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Maka semua item dinyatakan valid, hasil kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Uji Reliabilitas

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Harga
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	8

Berdasarkan pada gambar 8 di ketahui bahwa variabel Harga (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,804. Dengan demikian variabel Harga (X1) masuk dalam kategori reliabel

**Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	9

Berdasarkan pada gambar 9 di ketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,870. Dengan demikian variabel Kualitas Produk (X2) masuk dalam kategori reliabel.

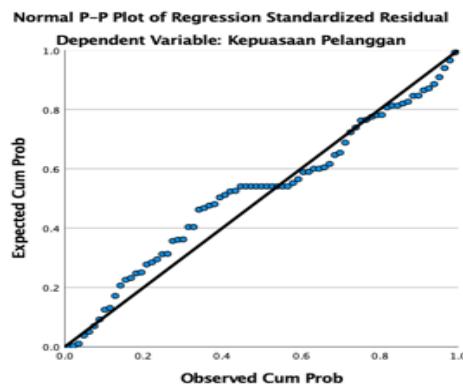
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	8

Berdasarkan pada gambar 10 di ketahui bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,833. Dengan demikian variabel Kepuasan Pelanggan (Y) masuk dalam kategori reliabel.

Uji Normalitas



Tabel 4. Grafik P-P Plot Uji Normalitas

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan *penyebarannya* mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas

Uji Multikolinieritas

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		95.0% Confidence Interval for B			Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.092	2.464	2.472	.016	1.180	11.004					
	Harga	.291	.113	.283	2.573	.012	.066	.517	.743	.290	.172	.372 2.688
	Kualitas Produk	.489	.093	.580	5.285	.000	.305	.674	.804	.529	.354	.372 2.688

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel diatas diperoleh nilai *tolerance* variabel Harga dan Kualitas Produk sebesar 0,372 dimana kedua nilai tersebut lebih dari 1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) Harga dan Kualitas Produk sebesar 2,688 dimana nilai tersebut tidak lebih dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas

Uji Autokorelasi

Tabel 12. Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Durbin-Watson
						F Change	df1	df2	
1	.823 ^a	.677	.668	2.394	.677	75.422	2	72	.000 2.067

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer hasil olahan SPSS 27,2024.



Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,067 dimana hasil tersebut berada diantara 1,55 – 2,46.

Uji Heteroskedastisitas

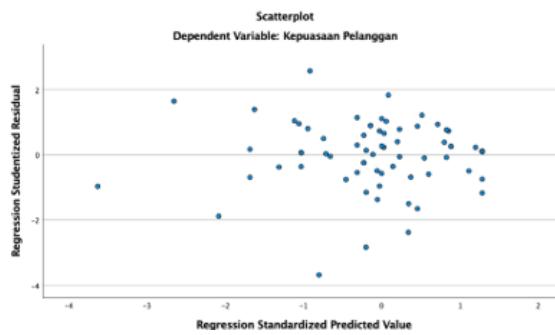
Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.077	1.607		3.160	.002
Harga	.095	.074	.233	1.290	.201
Kualitas Produk	-.171	.060	-.511	-2.829	.006

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : data diolah,2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser test model* pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai *probability* signifikansi (Sig.) sebesar 0,201 dan kepuasan pelanggan (X2) diperoleh nilai *probability* signifikansi (Sig.) sebesar 0,006 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan heteroskesdastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.



Tabel 5. Hasil Uji Glejser

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar 5 menunjukan, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, secara tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpanan heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat

Regresi Linier Berganda

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.092	2.464		2.472	.016
Harga	.291	.113	.283	2.573	.012
Kualitas Produk	.489	.093	.580	5.285	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : diolah peneliti,2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 6,092 + 0,291 X_1 + 0,489 X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 6,092 artinya jika variabel Harga dan variabel Kualitas Produk, bernilai nol atau tidak meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan tetap bernilai sebesar 6,092.
- Koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,291, artinya jika Harga mengalami kenaikan sebesar satu unit, maka kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,291 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,489 , artinya jika Kualitas Produk mengalami kenaikan sebesar satu unit, maka Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,489 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap

Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

**Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.668	2.394

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

Sumber : data diolah,2024

Berdasarkan data hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,823 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,80 – 1,000 artinya variabel harga dan kualitas produk memiliki tingkat hubungan yang **sangat kuat** terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,677 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 67,7% sedangkan sisanya sebesar $(100 - 67,7) = 32,3\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

Uji Hipotesis

Tabel 16. Hasil Uji t Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	8.851	2.818	3.142	.002
	Harga	.765	.081	.743	9.476 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data diolah,2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai thitung > ttabel atau $(9,476 > 1,993)$ hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < \text{Sig.}0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 17. Hasil Uji t Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	8.781	2.316	3.792	.000
	Kualitas Produk	.678	.059	.804	11.572 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data diolah,2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai thitung > ttabel atau $(11,572 > 1,993)$ hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < \text{Sig.}0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

**Tabel 18. Hasil Uji F Simultan
ANOVA^a**

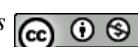
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	864.778	2	432.389	75.422 .000 ^b
	Residual	412.769	72	5.733	
	Total	1277.547	74		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : data diolah,2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau $(75,422 > 2,73)$, hal ini juga diperkuat dengan $pvalue < \text{Sig.}0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk CV Adita prima Collection



SIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 8,851 + 0,765 X_1$. Nilai koefisien determinasi sebesar 55,2%. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,476 > 1,993$) hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < \text{Sig.}0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Adita Prima Collection.

Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 8,781 + 0,678 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 64,7%. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($11,572 > 1,993$) hal ini diperkuat dengan nilai $pvalue < \text{Sig.}0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Adita Prima Collection.

Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 6,092 + 0,291 X_1 + 0,489 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 67,7%. Uji hipotesis menggunakan uji statistik, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($75,422 > 2,73$). Hal ini juga diperkuat dengan $pvalue < \text{Sig.}0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Adita Prima Collection.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina & Yulia Hastuti. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Pase Langsa
- Agriva Apriwanta Tarigan, Siti Aisyah, Ester Polin Rejeki Sinaga, Olga Christina Gurusinga & Vincent Jeremy Hutagalung. (2022). *Dampak Permainan Game Online Terhadap Minat Belajar Pada Siswa SD Negeri 060934 Kota Medan*. Politeknik Negeri Media Kreatif
- Arifudin, O. (2020). *Manajemen Strategik*. Purwokerto Selatan: CV. Pena Persada
- Atik Nurngaeni. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap)*. Universitas Nadlatul Ulama Al Ghazali: Cilacap
- Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah & Rohani Fitriyani. (2021). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
- Difa Angga & Septiani Fauziah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Synergy First Logistics di Kantor Pusat Bintaro Tangerang Selatan*. Universitas Pamulang
- Elizabeth Rahayu. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia*. STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen
- Erni Febrianti. (2019). *Studi Kepustakaan Mengenai Strategi dan Desain Organisasi Dalam Pelayanan Kesehatan*. STIKES Fatima Parepare
- Gitania A. Rorong, Lucky F. Tamengkel & Danny D.S Mukuan. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan*. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Hadi Khairul Reza, Sunanto, Nurmin Arianto. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Outlets Worldwide Indonesia*. Universitas Pamulang
- Handayani, A. (2021). *Manajemen Strategis*. Surakarta: UNISRI Press
- Hujaimatul Fauziah, Ifaturohiah Yusuf, Ahmad Hudalil & Rode Maretta. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan La'diana Fashion di Kramat Jati jakarta Timur*. Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press



- Jim Hoy Yam & Ruhiyat Taufik. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. Universitas Islam Syekh-Yusuf
- Khusnul Khitamina, Nely Supeni & Hayatul Maspufah. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Toko Aditya Fashion Suberjame Jember*. Institut Teknologi Dan Sains Mandala
- Mega Selvia, Altje L. Tumbel & Woran Djemly. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Sam Ratulangi: Manado
- Muhammad Rafli Marwan, Muhammad Sukron Fauzi, Hamdiana & Naheria. (2022). *Analisis Keterampilan Servis Pendek dan Servis Panjang Bulutangkis Pada Atlet PB. Hollywood Samarinda*. Universitas Mulawarman
- Mula Tarigan & Dewi Frintiana Silaban. (2023). *Reviu Statistika: Data dan Skala Pengukuran*. Universitas Sumatera Utara: Medan
- Mutiah Khaira Sihotang. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT. HNI HPAI)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Narilah A Tuara. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Online Shopping di Kecamatan Ternate Barat*. STKIP Kie Raha Ternate
- Nidia Suriani, Risnita & M.Syahran Jailani. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi
- Nikmatur Ridha. (2017). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian*. STAI Sumatera Medan
- Novera Kasanti, Anderson Wijaya & Suandry. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PTAIM Safety Indonesia*. Universitas Prima Indonesia
- Olivia Dinar Oktadiani & Nur Laily. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall*. STIESIA Surabaya
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo
- Pratama, Y. (2021). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Putri Adinda Pratiwi, Fahima Mashalani, Maulia Hafizhah, Azra Batrisyia, Sabrina, Nur Hapsi Harahap & Deasy Yunita Siregar. (2024). *Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Prapengajar EFL*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Ratna Puspita Dewi & Fransiska. (2023). *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Restoran Zushioda Cirebon*. Politeknik Pariwisata Prima Internasional
- Rizky Dwijantoro, Bernadin Dwi & Nobelson Syarie. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
- Solihin Dede & Setiyawan Yudi. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah*. Universitas Pamulang
- Suherman, A. (2022). *Manajemen Strategi*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri
- Wijoyo, H. (2021). *Sistem Informasi Manajemen*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri
- Yusnidar Lase & Ayler Beniah Ndraha. *Analisis Urgensi Pelatihan Dalam Pengembangan Kompetensi Aparatur Sipil Negara (ASN) di Pengadilan Negeri Gunungsitoli*. Universitas Sam Ratulangi

