

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani

Vita Nur Tianing¹, Siswahyudianto²

¹ Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia;
vitanur622@gmail.com

² Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia;
Siswahyudianto25@gmail.com

IDAROTUNA: Jurnal
Administrative Science Vol 3 No 1
Mei 2022
<https://doi.org/10.54471/idarotuna.v3i1.28>

Received: March 30, 2022

Accepted: April 20, 2022

Published: May 28, 2022

Publisher's Note: Program Study Office Administrative stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak : Kepuasan konsumen menjadi salah satu hal pokok dalam sebuah usaha. Karena dengan melakukan upaya yang bisa dilakukan yaitu terus menjaga dan meningkatkan kepuasan pada para konsumen, maka konsumen akan lebih sering untuk melakukan pembelian ulang suatu barang atau jasa yang telah dikonsumsi atau digunakan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian survey melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” yang berada di wilayah Kecamatan Boyolangu, sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri”, Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri”, Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri”, dan Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri”. Kepuasan konsumen hampir semuanya diperjelas oleh variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Kemudian untuk sisanya sendiri dijelaskan oleh variabel lain atau tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam sebuah usaha, dengan kepuasan konsumen yang terus dimaksimalkan membuat produk dari sebuah usaha menjadi semakin laku dan dicari di pasaran. Kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, terkhusus untuk usaha yang berhubungan secara langsung terhadap konsumen, dengan mempertahankan serta memberikan kepuasan secara baik dan maksimal terhadap konsumen maka mereka para konsumen akan sering dan cenderung melakukan pekerjaan untuk membeli ulang terhadap barang atau jasa yang telah mereka konsumsi atau mereka gunakan. Kepuasan konsumen juga akan mendorong terciptanya komunikasi dari satu mulut konsumen ke mulut konsumen lainnya, yang bersifat konsumtif. Komunikasi yang telah dihasilkan dan disampaikan oleh konsumen dapat berupa sebuah rekomendasi atau ajakan untuk membeli dan menggunakan produk yang dimiliki kepada calon konsumen yang lain, serta mengatakan hal-hal baik dan menarik mengenai perusahaan atau produk dan jasa dari perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kepuasan konsumen biasa diartikan sebagai upaya membuat sesuatu yang memadai untuk tujuan pemenuhan sesuatu kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014). Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan yang timbul dari seorang konsumen tersebut, dimana seseorang yang memberikan pernyataan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima atau dihasilkan dengan yang telah diharapkan oleh konsumen (Lupiyoadi, 2013). Kepuasan Konsumen juga sering diartikan sebagai tingkat perasaan senang dengan merasa puas atau kecewa dengan kurang puas setelah membandingkan antara produk yang

diterima dan produk yang diharapkan (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018). Kepuasan konsumen sendiri dapat diukur dari seberapa besar dari harapan konsumen mengenai harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang aktual. Kepuasan diartikan sebagai adanya persamaan antara hasil produk dan pelayanan yang diterima oleh konsumen, yang berupa harga, kualitas produk dan pelayanan sesuai yang diharapkan oleh konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013). Terdapat lima dimensi kepuasan konsumen yaitu: (1) Kepuasan oleh pelanggan secara menyeluruh, (2) Dimensi kepuasan konsumen, (3) Konfirmasi ekspektasi dari konsumen, (4) Niat untuk melakukan pembelian ulang produk, (5) Kesiediaan untuk merekomendasi produk (Tjiptono & Anastasia, 2019).

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang telah dilakukan oleh Rina Sukmawati (2017) yang menyebutkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Febby Gita Cahyani (2016) yang menyebutkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat dihasilkan dengan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan dari konsumen. Pengaruh yang dihasilkan dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan saling berhubungan satu sama lain, jadi ketiga hal tersebut sesuai dengan harapan konsumen berarti kepuasan konsumen dapat dihasilkan. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen yang dapat dimanfaatkan sebuah perusahaan untuk lebih diminati dan dibutuhkan oleh konsumen. Bermula dengan keadaan perekonomian menengah yang bertambah banyaknya peminat, yang mana di pengaruhi oleh

harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, membuat peneliti tertarik untuk meneliti mengenai harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri". Maka dari itu peneliti mengambil judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani.

Dalam menciptakan suatu kepuasan konsumen hal utama yang diperhatikan adalah pada harga. Harga merupakan nilai mata uang yang dipatok terhadap suatu barang atau jasa. Dengan kata lain harga adalah jumlah dari nilai yang terhitung dari mata uang, yang kemudian digunakan untuk menukar untuk mendapatkan manfaat dan kegunaan barang atau jasa yang di beli oleh konsumen (Kotler dan Amstrong, 2013). Menurut Staton dalam (T. Widodo, 2016) ada 4 indikator yang terdapat pada harga yaitu: (1) Harga yang dapat dijangkau, (2) Harga yang sesuai dengan kualitas produk, (3) Daya saing harga, (4) Harga yang sesuai dengan manfaat.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan lainnya. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2012). Kualitas produk merupakan sesuatu hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan pembelian. Konsumen sebagai pengguna akan mempertimbangkan produk mana yang akan dipilih. Apabila kualitas produk tersebut baik tentu konsumen akan membeli dan senantiasa menggunakan produk tersebut. Kualitas produk yang baik akan menjadi kekuatan produk yang akan digunakan untuk menentukan masa depan produk tersebut (Harjadi et al, 2021).

Didalam kualitas produk terdapat indikator. Menurut (Setyo: 2017) terdapat enam indikator kualitas produk yaitu: (1) Kinerja (*performance*), (2) Nilai seni suatu produk (*aesthetic*), (3) Keandalan (*reabiliti*), (4) Keistimewaan (*feature*), (5) Kemampuan produk memberikan pelayanan (*serviceability*), (6) Daya tahan (*durability*).

Selain harga yang tepat dengan kualitas produk yang sesuai dan bersahabat kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang perlu dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2014). Kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan didalam memenuhi harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan dipasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen (Santoso, 2019). Menurut Parasuraman et.al dalam (Tjiptono, 2014) terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang sering dijadikan acuan yaitu: (1) Keandalan dalam memenuhi kualitas pelayanan (*reliabilitas*), (2) Daya tanggap dalam memberikan kualitas pelayanan (*responsivitas*), (3) Jaminan dari kualitas pelayanan yang diberikan (*assurance*), (4) Empati terhadap kualitas pelayanan yang dihasilkan (*emphaty*), (5) Bukti fisik dari kualitas pelayanan yang dimiliki (*Tangible*).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri”.

2. Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan angka-angka atau bilangan sebagai penjelasannya. Jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey pengumpulan dari informasi yang diperlukan menggunakan kuesioner/ angket. Penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif, penelitian asosiatif merupakan sebuah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Pada penelitian yang bersifat asosiatif ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat, yaitu hubungan yang memiliki sifat mempengaruhi dua variabel atau lebih (Timotius, 2017). Populasi yang digunakan oleh peneliti adalah konsumen pada Kelompok Tani “Belimbing Arta Mandiri” yang berada di wilayah Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Teknik penentuan sampel didasarkan pada kebutuhan penelitian, yakni berdasarkan dari suatu pertimbangan tertentu. Sampel ini yang biasa disebut dengan *purposive sampling*. Sampel yang dapat diambil dari penelitian ini sebanyak 40 responden atau konsumen.

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner/ angket. Jenis kuesioner atau angket yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Peneliti akan melakukan uji coba untuk menguji validitas dan reabilitas. Uji coba dilakukan di Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” dengan jumlah konsumen sebanyak 40 responden menggunakan bantuan komputer program SPSS 20. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan atau memberikan gambaran mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas,

Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Berganda, dan Hipotesis atau Uji t, Uji f, dan Uji r^2 .

3. Hasil

Harga (X1)

Data harga diukur dengan menggunakan 4 indikator yang dijabarkan menjadi 7 item pertanyaan. Pada indikator keterjangkauan harga memiliki rata-rata jawaban responden sebesar 4,33 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk memiliki rata-rata jawaban responden sebesar 4,48 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator daya saing harga memiliki rata-rata jawaban responden sebesar 3,75 yang masuk dalam kategori setuju. Pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat memiliki rata-rata jawaban responden sebesar 4,09 yang masuk dalam kategori setuju.

Kualitas Produk (X2)

Data kualitas produk diukur dengan menggunakan 6 indikator yang dijabarkan menjadi 12 item pertanyaan. Pada indikator kinerja memiliki nilai rata-rata sebesar 4,38 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator nilai seni suatu produk memiliki nilai rata-rata sebesar 4,12 yang masuk dalam kategori setuju. Pada indikator kehandalan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,22 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator keistimewaan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,33 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator kemampuan produk memberikan pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,22 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator daya tahan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,12 yang masuk dalam kategori setuju.

Kualitas Pelayanan (X3)

Data kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan 5 indikator yang dijabarkan menjadi 11 item pertanyaan. Pada indikator keandalan memiliki rata-rata sebesar 4,23 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator daya tanggap memiliki rata-rata sebesar 4,09 yang masuk dalam kategori setuju. Pada indikator jaminan memiliki rata-rata sebesar 4,24 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator empati memiliki rata-rata sebesar 4,3 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator bukti fisik memiliki rata-rata sebesar 4,16 yang masuk dalam kategori sangat setuju.

Kepuasan Konsumen (Y)

Data kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan 5 indikator yang dijabarkan menjadi 10 item pertanyaan. Pada indikator kepuasan pelanggan keseluruhan memiliki rata-rata sebesar 4,34 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator dimensi kepuasan konsumen memiliki rata-rata sebesar 4,32 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator konfirmasi ekspektasi memiliki rata-rata sebesar 4,29 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator niat beli ulang memiliki rata-rata sebesar 4,33 yang masuk dalam kategori sangat setuju. Pada indikator kesediaan untuk merekomendasi memiliki rata-rata sebesar 4,37 yang masuk dalam kategori sangat setuju.

Uji Validitas

Hasil uji validitas menyatakan semua item variabel pertanyaan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Maka masing-masing variabel dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menyatakan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,712 yang berarti lebih dari 0,05. Maka data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Penelitian ini memiliki nilai tolerance > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan menghasilkan pernyataan nilai VIF dari variabel harga (4,334), kualitas produk (7,646), dan kualitas pelayanan (6,229). Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak untuk digunakan.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,838	3,355		4,442	,008
Harga	,470	,230	,080	3,060	,006
Kualitas Produk	,477	,167	,218	3,061	,006
Kualitas Pelayanan	,560	,167	,622	3,361	,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji t

Didapatkan nilai t hitung > t tabel (3,060 > 2,021), dan nilai sig < taraf signifikan 0,05 (0,006 < 0,05), maka H1 diterima, artinya harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Didapatkan nilai t hitung > t tabel (3,061 > 2,021), dan nilai sig < taraf signifikan 0,05 (0,006 < 0,05), maka H1 diterima, artinya kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Didapatkan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,361 > 2,021$), dan nilai $sig <$ taraf signifikan $0,05$ ($0,002 < 0,05$), maka H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji f

Didapatkan nilai f hitung $48,602 > f$ tabel $2,86$ dengan tingkat sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_1 diterima yang artinya harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Uji r^2

Didapatkan nilai *Adjusted R Square* $0,785$ yang artinya $78,5\%$ kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. sedangkan sisanya $21,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain.

4. Diskusi

Pada penelitian yang dilakukan kali ini, peneliti telah melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner, dan kemudian disebarkan kepada 40 responden yang selanjutnya peneliti mengolah data dari hasil jawaban kuesioner, yang kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan perantara alat yang membantu yakni berupa aplikasi statistik yakni SPSS 20.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan memberikan kuesioner yang ditujukan untuk para responden, yakni konsumen dari Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” yang berada di wilayah kecamatan Boyolangu kabupaten Tulungagung. Hasil dari pengujian data yang telah dilakukan serta dengan menggunakan perantara aplikasi statistik yang dikenal dengan SPSS 20, variabel harga (X_1) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dimana

berpengaruh positif signifikan bermakna bahwa semakin sesuai harga yang diberikan terhadap konsumen, maka kepuasan konsumen yang dihasilkan akan semakin baik dan meningkat. Setelah dilakukan uji secara ilmiah berdasarkan tabel koefisien regresi, dimana t hitung $3,060 > t$ tabel $2,021$ dan memiliki nilai positif. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Rina Sukmawati (2017) yang mengatakan bahwa variabel harga menghasilkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di *Garden Cafe*. Serta hasil penelitian selaras dengan Santi Yoga Pratama (2018) yang menyatakan bahwa variabel harga menghasilkan pengaruh positif atau bahkan sangat besar terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan sejumlah uang yang dipatok pada suatu barang atau jasa. Dengan kata lain harga juga merupakan jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas semua manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang telah dibayar tersebut (Kotler dan Armstrong, 2013). Pada tingkat harga tertentu, apabila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat. Dengan demikian, apabila hasil yang didapatkan atau yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka secara otomatis kepuasan konsumen akan tercipta dengan baik.

Setiap usaha yang menghasilkan produk atau jasa ketika ingin dimiliki oleh konsumen maka harus dengan perantara penetapan harga, yang nantinya penetapan harga ini menjadi nilai tukar yang harus dibayar untuk memiliki produk atau jasa tersebut. Dalam menetapkan harga Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri" menyesuaikan dengan manfaat yang didapat dari produk dan

juga keadaan pasar. Hal ini yang akan menjadikan konsumen yang melakukan kunjungan atau aktivitas membeli produk di Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” merasa puas.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan memberikan kuesioner yang ditujukan untuk para responden, yakni konsumen dari Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” yang berada di wilayah kecamatan Boyolangu kabupaten Tulungagung, dengan hasil dari pengujian data yang dihasilkan dari penelitian yang sudah dilakukan, serta dibantu dengan perantara dari aplikasi statistik yakni SPSS 20, variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dimana berpengaruh positif signifikan memiliki makna bahwa apabila kualitas produk yang dihasilkan semakin baik dan meningkat, maka kepuasan konsumen yang dihasilkan akan semakin baik dan terus meningkat. Setelah dilakukan uji secara ilmiah berdasarkan tabel koefisien regresi, dimana t hitung $3,061 > t$ tabel $2,021$ dan memiliki nilai positif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Farah Anastasia (2015) yang memberikan keterangan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Kafe donat di Pondok Indah Mall. Serta selaras dengan penelitian Febby Gita Cahyani (2016) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan konsumen.

Hal ini dapat menjelaskan secara nyata bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan maka akan semakin tinggi pula

kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen. Kualitas produk menjadi gambaran yang nyata dari suatu produk yang dihasilkan seperti kinerja yang baik dan tepat, keandalan yang mumpuni dan profesional, mudah dalam penggunaan, hasil produk indah dan bagus untuk dipandang dan lain sebagainya. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2012). Kualitas produk memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana kemampuan produk yang dihasilkan tersebut dalam rangka memenuhi serta mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam teori tersebut mengindikasikan bahwa kualitas produk dapat memberikan pengaruh yang baik pada kepuasan konsumen.

Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” harus dapat terus meningkatkan kualitas produknya. Dengan kualitas produk yang semakin baik konsumen akan tetap bertahan dan terus bertambah. Dengan demikian kualitas produk memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan pada konsumen. Jadi ketika kualitas produk Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” terus ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin bertambah serta meningkat pesat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dengan menyebar luaskan kuesioner yang telah dibuat, dengan tujuan sasaran dari kuesioner adalah kepada para responden yang ada yakni konsumen dari Kelompok Tani “Belimbing Artha Mandiri” yang berada di wilayah kecamatan Boyolangu kabupaten Tulungagung. Selain itu dengan menggunakan hasil pengujian data dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta dibantu

dengan menggunakan perantara aplikasi statistik yang berupa SPSS 20, variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dimana berpengaruh positif signifikan bermakna bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen, maka kepuasan konsumen yang dihasilkan akan semakin baik dan meningkat. Setelah dilakukan pengujian secara ilmiah berdasarkan tabel koefisien regresi, dimana t hitung $3,361 > t$ tabel $2,021$ dan memiliki nilai positif. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim (2017) dengan pernyataan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan mendapat kepercayaan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang mencakup terhadap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang secara nyata atau tersirat.

Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting dan harus dilakukan dalam sebuah usaha agar mampu untuk bertahan dan menghasilkan kepuasan konsumen. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik dan nyaman, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri" memberikan kualitas pelayanan yang baik dan nyaman dapat membantu untuk terus mempertahankan pelanggan dan

menciptakan kepuasan konsumen. Maka dari itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan pengolahan data dengan melalui aplikasi statistik SPSS 20. Bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga dapat diasumsikan bahwa dengan adanya harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang optimal maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan, dan sebaliknya, jika harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang kurang optimal maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan.

Kesesuaian harga yang didapatkan konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari tabel ANOVA dengan melalui uji F yang diperoleh dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas atau $sig. < \text{taraf signifikan (0,05 atau 5\%)}$, hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang berarti bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri".

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Darsih Sulastri (2019), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara semua variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani Belimbing Artha Mandiri, maka dapat diambil kesimpulan yaitu: Pengaruh harga secara persial dan regresi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri". Kualitas produk secara persial dan regresi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri". Kualitas pelayanan secara persial dan regresi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kelompok Tani "Belimbing Artha Mandiri". Dalam mengembangkan penelitian ini, yaitu dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dapat diketahui besarnya pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebesar 78,5% sedangkan sisanya yakni 21,5% dipengaruhi oleh variabel selainnya yang tidak diteiliti atau tidak tergolong dalam model jenis penelitian ini.

References

- Anastasia, Farah. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Donat di Pondok Indah Mall Jakarta*. Skripsi, Universitas Negeri Jakarta.
- Cahyani, Febby Gita. (2016). "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 3.
- Harjadi, Didik dan Iqbal Arraniri. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariansyah, Alvin dan Amirudin Syarif. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu". *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*. Vol. 3, No. 2.
- Pratama, Santi Yoga. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Agya Collection Ponorogo*. Skripsi. IAIN Ponorogo.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Kualitas Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Santoso, Joko Bagio. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1.
- Setyo, Purnomo Edwin. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Best Autowork*, Vol. 1, No. 6.
- Sukmawati, Rina. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Sulastri, Darsih. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Bekasi: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- T. Widodo. (2016). *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Timotius, Kris H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian (Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.

- Windarti, dan Mariaty Ibrahim. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru)", *Jom FISIP*, Vol. 4, No. 2.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). "Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, Vol. 2, No.1.