

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD
MAKMUR JAYA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

AVIGA REVANI HANDAYANI

B100190218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKATYA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD MAKMUR JAYA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

AVIGA REVANI HANDAYANI

B 100 190 218

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Imron Rosyadi', is written over a faint, stylized outline of a hand.

Imron Rosyadi, S.E., M.Si

NIK. 648

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD MAKMUR JAYA**

OLEH

AVIGA REVANI HANDAYANI

B100190218

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 5 Januari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Drs. Sri Padmantyo, MBA

(Ketua Dewan Penguji)

Sri Padmantyo
(.....)

2. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si

(Anggota I Dewan Penguji)

Anton Agus Setyawan
(.....)

3. Imron Rosyadi, S.E., M.Si

(Anggota II Dewan Penguji)

Imron Rosyadi
(.....)

Dekan,



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIK/IDN: 829/0616087401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 5 Januari 2023

Penulis



AVIGA REVANI HANDAYANI

B100190218

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD MAKMUR JAYA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya. Populasi dan sampel penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di UD Makmur Jaya, dalam penelitian ini jumlah responden yang di dapatkan adalah 80 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dengan menggunakan aplikasi SPSS 2.30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Kualitas Pelayanan, dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial melalui uji t berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya. Hasil Uji t hitung (signifikan) untuk variabel Kualitas Produk memperoleh nilai t hitung = 1.167, Kualitas Layanan (X2) memperoleh nilai t hitung 4.089 dan variabel harga (X3) memperoleh nilai t hitung 5.056 sehingga dapat dikatakan bahwa X2, dan X3 memiliki nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, t tabel memperoleh nilai 1.992 sehingga, H1 diterima dan H0 ditolak yang memiliki arti pengaruh Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya, sedangkan X1 memiliki t hitung lebih kecil daripada t tabel, t tabel memperoleh nilai 1.992 , sehingga H1 ditolak dan H0 diterima yang memiliki arti bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya.

Kata Kunci: kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality, service quality, and price on customer satisfaction at UD Makmur Jaya. The population and sample of this study were customers who had made purchases at UD Makmur Jaya, in this study the number of respondents obtained was 80 respondents. The types of data used in this research are primary data and secondary data. The data collection method uses the SPSS 2.30 application. The results of the study show that Service Quality and Price on Customer Satisfaction partially through the t test have a significant effect on Customer Satisfaction, while product quality has no significant effect on Customer Satisfaction at UD Makmur Jaya. The results of the t test (significant) for the Product Quality variable obtained a t count = 1.167, Service Quality (X2) obtained a t count value of 4.089 and the Price variable (X3) obtained a t count value of 5.056 so that it can be said that X2 and X3 have a t value count is greater than t table, t table obtains a value of 1.992 so that H1 is accepted and H0 is rejected, which means that the influence of Service Quality and Price affects Customer Satisfaction at UD Makmur Jaya, while X1 has t count smaller than t table, t table obtains a value of 1.992 , so that H1 is rejected and H0 is accepted, which means product quality has no effect on customer satisfaction at UD Makmur Jaya.

Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

UD Makmur Jaya merupakan salah satu nama toko perabotan yang cukup lama dan terbilang maju di kota Surakarta, UD Makmur Jaya adalah bisnis ritel yang menjual berbagai ragam produk alat rumah tangga seperti sapu, tempat sampah, kemonceng, karpet, berbagai peralatan alat dapur, alat masak dan berbagai macam produk sabun cuci piring, sabun cuci pakaian, karbol dan lain-lain yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat. UD Makmur Jaya sendiri telah memiliki berbagai cabang di kota Jogjakarta dan kota Surakarta, akan tetapi penelitian ini dilakukan di salah satu cabang Kota Surakarta.

Persaingan usaha perabotan di kota Surakarta semakin tinggi, karena sudah banyak bermunculan toko perabotan baru sejenis yang dapat menjadi sebuah ancaman bagi toko perabot lainnya, bahkan kemungkinan besar persediaan produk lebih komplit daripada UD Makmur Jaya, untuk itu setiap toko perabotan harus memiliki kualitas produk terbaik dengan mengikuti perkembangan zaman sekarang ini. Dengan bermuncunya pesaing toko perabotan membuat pelanggan memiliki rasa ingin tahu akan suatu produk terbaru pada toko perabotan yang baru saja muncul daripada toko UD Makmur Jaya. Hal tersebut mewajibkan setiap pemilik toko perabotan seperti UD Makmur Jaya untuk lebih memperhatikan perkembangan usahanya termasuk meningkatkan mutu atau kualitas dari produk yang tersedia dalam toko tersebut. Kualitas produk menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam suatu proses keputusan pembelian produk, konsumen selain melihat faktor merek, manfaat harga, kualitas produk juga menjadi pertimbangan, oleh karena itu sebuah usaha harus memperhatikan dan terus menjaga kualitas produk. produk yang dikeluarkannya, maka pelanggan akan merasa puas, selain itu toko perabotan UD Makmur Jaya dapat bersaing dengan toko perabotan yang lainnya.

Dalam persaingan dagang, mengharuskan suatu usaha harus memberikan kualitas yang baik dari pesaing, dari segala sisi, karena pelanggan akan selalu membandingkan antara harapan dan kualitas yang diterima. Kualitas produk merupakan ciri khas produk dalam kemampuannya memenuhi kebutuhan yang

telah ditentukan dan bersifat laten. Produk diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, keahlian, kegunaan, atau konsumsi yang memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk dapat dilihat dari desain yang menarik, merek produk, manfaat produk dan seberapa kokoh produk yang ditawarkan, karena kualitas produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan untuk membeli suatu produk (Rizqy et al 2016). Selain kualitas produk dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, adapun faktor lain yang tidak kalah penting untuk mendapatkan perhatian serius adalah kualitas pelayanan. Dalam hal ini suatu usaha dituntut untuk menciptakan pelayanan yang nyaman. Dengan melakukan pelayanan yang ramah sesuai dengan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan merasa dihargai dan hal tersebut berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Wykof dalam Lovelock (2010:37), kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Baik buruknya kualitas pelayan tergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Kualitas layanan adalah keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan (Lovelock 2002) dalam Faradia 2016. Akan tetapi menurut Pemilik toko UD Makmur Jaya sendiri telah mengakui bahwa kurangnya layanan dari toko tersebut terhadap pelanggan.

Meskipun toko UD Makmur Jaya sudah terbilang toko yang berdiri sejak lama, dan memperkerjakan beberapa karyawan di setiap toko akan tetapi toko UD Makmur Jaya belum menggunakan teknologi canggih seperti penggunaan system computer dalam melakukan pengecekan harga suatu produk, karyawan maupun pemilik toko UD Makmur Jaya harus menempelkan lebel harga pada setiap produk dan menghafalkan setiap harga dari suatu produk tersebut, dan menghitungnya masih dengan menggunakan kalkulator, sehingga ketika pelanggan yang datang di toko UD Makmur Jaya cukup ramai harus lebih bersabar dalam melakukan pembelian di toko UD Makmur Jaya tersebut. Hal ini menimbulkan sedikit masalah

karena, tidak semua pelanggan bisa bersabar dalam menghadapi pelayanan toko yang masih tergolong lambat, oleh karena itu pemilik toko UD Makmur Jaya menyadari bahwa pelayanan yang diberikan dalam toko tersebut masih belum memiliki kemajuan seperti toko perabotan baru lainnya yang sudah menggunakan teknologi komputer dalam menjalankan usahanya. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena dalam pembelian terjadi interaksi antar konsumen dengan pihak perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, sedangkan pelayanan pasti dinilai sangat memuaskan apabila pelayanan tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian, faktor lain yang juga cukup berperan adalah harga. toko UD Makmur Jaya melayani pembelian secara eceran maupun grosir sehingga harus memperhatikan harga jual pada produk-produk yang tersedia di toko UD Makmur Jaya tersebut. Ketika pelanggan dan karyawan UD Makmur Jaya melakukan tawar-menawar keuntungan yang akan didapatkan harus diperhatikan apabila pelanggan membeli produk tersebut secara grosir maka pelanggan mendapatkan potongan harga, apabila pelanggan membeli produk tersebut secara eceran dan pelanggan melakukan tawar-menawar, maka produk yang telah ditawarnya toko UD Makmur Jaya. (Kotler dan Keller) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang dalam pertukaran sebuah produk dan layanan. Harga juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, apabila pelanggan mendapatkan harga yang sesuai dengan keadaan ekonomi, dan harga juga terjangkau maka ketertarikan pelanggan terhadap produk tersebut meningkat sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang tanpa membandingkan antara toko UD Makmur Jaya dengan toko perabotan lainnya, sehingga dampak positifnya adalah saling menguntungkan antara pelaku bisnis ritel atau pemilik toko UD Makmur Jaya dan pelanggan. Pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik dan produk yang dibutuhkan dengan harga terjangkau serta toko UD Makmur Jaya meningkatkan hasil penjualan berupa laba dan toko UD Makmur Jaya juga dapat bersaing dengan toko perabotan lainnya.

Dari fenomena-fenomena diatas menunjukkan toko UD Makmur Jaya perlu bergerak agar mampu menarik minat beli konsumen, apabila minat beli konsumen

meningkat, kepuasan pelanggan juga semakin ikut meningkat. Kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama yang perlu diperhatikan kembali. Dan diharapkan toko UD Makmur Jaya mampu meningkatkan kualitas produk dengan harga yang sesuai dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik terhadap pelanggan agar pelanggan merasakan nyaman dan dihargai saat melakukan pembelian di toko UD Makmur Jaya sehingga tingkat kepuasan pelanggan juga meningkat. Karena banyaknya persaingan usaha perabotan yang semakin tinggi juga akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, kualitas produk dan harga yang bervariasi, serta pelayanan yang ada di dalam suatu usaha sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai tertinggi dari beberapa produk dan kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen untuk itu UD Makmur Jaya harus tetap mempertahankan usaha yang sudah di mulai sejak lama dan mampu bersaing dengan usaha perabotan baru yang bermunculan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Satria (2021) *“The Effect of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction”* menyatakan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berhubungan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, akan tetapi penelitian ini hanya fokus terhadap bagaimana produk itu laku dan pelanggan dapat melakukan pembelian ulang tanpa mengoreksi harga agar tidak memberatkan konsumen atau pelanggan, selain itu object dan subject pada penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan dibahas saat ini kemudian hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa semua hasil uji mengatakan kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti disini terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Sehingga fenomena atau masalah pada penelitian ini menarik untuk diteliti sehingga dapat mengetahui lebih dalam seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan atau setiap individu yang pernah membeli barang di toko UD Makmur Jaya. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen yang dibagikan kepada 80 responden. Metode analisa data penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linier berganda.

Tabel 1. Operasionalisasi variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Definisi operasional	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah salah satu penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk yang diinginkan (Handoko, 2002).	1.Kinerja 2.Fitur. 3.Keandalan. 4.Kesesuaian dengan Spesifikasi. 5.Daya Tahan 6.Kemudahan Servis 7.Estetika. 8.Kualitas yang Dirasakan. Menurut Tjiptono (2016).	1.Kinerja yang dihasilkan oleh produk cukup memuaskan. 2.Fitur atau kelebihan tambahan yang dihasilkan oleh produk cukup memuaskan. 3.Produk yang tersedia pada UD Makmur Jaya dapat di andalkan kualitasnya. 4.Produk yang tersedia sesuai dengan manfaatnya. 5.Produk yang tersedia memiliki daya tahan yang cukup memuaskan. 6.Apabila produ mengalami kecacatan, pelanggan dapat mengembalikannya. 7.Kemasan pada produk cukup memuaskan. 8.Pelanggan cukup puas dengan produk yang ditawarkan.	<i>Likert</i>

Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian guna memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono 2007)	1.People. 2.Process 3.Technology 4.Knowledge (Priansa,2017).	1.Komunikasi pelayan dengan pelanggan cukup baik. 2.UD Makmur Jaya memberikan tempat yang nyaman pada saat pelanggan membeli dan mengantri. 3.Pelanggan cukup puas, apabila memesan suatu produk di UD Makmur Jaya, masih menggunakan telepon rumah. 4.UD Makmur Jaya memberikan informasi terkait dengan produk yang ditawarkan.	<i>Likert</i>
Harga(X3)	Harga adalah penilaian suatu produk dengan uang(Alma,2016)	1.Kesesuaian harga dengan manfaat. 2.Keterjangkauan harga 3.Kesesuaian harga dengan kualitas.(Alma,2016)	1.Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk. 2.Harga yang ditawarkan cukup terjangkau. 3.Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk.	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan adalah kepuasan pelanggan adalah evaluasi pembelian yang lengkap bahwa pengganti yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan pembeli	1.Kualitas produk. 2.Kualitas pelayanan. 3.Emosional. 4. Harga. 5.Biaya dan kemudahan. Menurut (Keller (2012) Lupiyoadi.	1.Kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan cukup memuaskan. 2.UD Makmur Jaya telah memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. 3.Kepuasan yang diperoleh pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. 4.Pelanggan merasa puas dengan harga yang ditawarkan.	<i>Likert</i>

	(Shopian et.al 2013)		5. Pelanggan merasa dengan kemudahan memperoleh produk dan kemudahan melakukan pembayaran.	
--	----------------------	--	--	--

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Asumsi Klasik.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Kolmogrov-Smirnov		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.00000000
	Std. Deviation	1.17116675
Most Extreme Differences	Absolute	0.141
	Positive	0.128
	Negative	-0.141
Test Statistic		0.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000 ^c
Monte Carlo Sig. Sig. (2-tailed) 99% Confidence Interval		0.073 ^d
Lower Bound		0.066
Upper Bound		0.080

Berdasarkan tabel 2 di atas bahwa nilai signifikansi Monte Carlo dari data residual adalah $0,73 > 0,05$ yang artinya nilai 0,73 lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat dikatakan signifikan sesuai dengan syarat pengujian dan data residual dapat dikatakan dapat memenuhi asumsi normal atau dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	0.132	7.557
Kualitas Layanan	0.203	4.934
Harga	0.293	3.410

Berdasarkan Tabel 3 di atas, semua variabel independen mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dari

seluruh hasil variabel pada penelitian ini tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Pengolahan		
Variabel	Sig	Kesimpulan
X1. Kualitas Produk	0.791	Tidak Terjadi Heteroskedasitas
X2. Kualitas Layanan	0.957	Tidak Terjadi Heteroskedasitas
X3. Harga	0.099	Tidak Terjadi Heteroskedasitas

Berdasarkan tabel 4 hasil pengujian heteroskedastisitas, bahwa nilai sig. semua variabel bernilai $> 0,05$, sehingga hasil olahan data tersebut dapat dikatakan bahwa hasil pengujian variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi uji heteroskedastisitas.

3.2 Uji Hipotesis.

Tabel 5. Hasil Rangkuman Uji Analisis Berganda

Parameter	Koef.Regresi	Beta	t-Statistik	Probability
Kostanta	1.345		1.215	.228
1.Kualitas Produk	.098	.146	1.167	.247*
2.Kualitas Layanan	.524	.413	4.089	.000*
3.Harga	.614	.424	5.056	.000*
F statistic =		136.073		
Signifikasi F =		.000		
R-square =		.837		

Keterangan:

*Signifikan pada $\alpha = 1\%$

**Signifikan pada $\alpha = 5\%$

***Signifikan pada $\alpha = 10\%$

3.2.1 Uji Analisis Berganda.

$$Y = 1,345 + 0,098 + 0,524 + 0,614 \quad (1)$$

Adapun Rumus dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta dari variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 1.345 yang artinya jika tidak ada variabel bebas (kualitas produk, kualitas layanan, dan harga) maka nilai kepuasan pelanggan memiliki tingkat kepuasan sebesar 1.345.
- Nilai Koefisien regresi dari kualitas produk adalah 0,098 dengan nilai positif sehingga dapat di artikan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas produk sebesar

0,098 dengan nilai positif. maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.

- c. Nilai Koefisien regresi dari kualitas pelayanan adalah 0,524 dengan nilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar 0,524 dengan nilai positif maka, kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.
- d. Koefisien regresi dari harga adalah 0,614 dengan nilai positif sehingga dapat diartikan bahwa setiap harga pada kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.

3.2.2 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau keseluruhan. Berdasarkan tabel hasil uji F dapat dilihat bahwa hasil sign (probability) adalah $0.000 < 0.001$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3.2.3 Uji R^2 Determinasi

Berdasarkan tabel 5 hasil dari nilai koefisien determinasi R^2 Adjusted R Square adalah sebesar 0,837 yang berarti sebesar 83,7% dari kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan dan harga. Sedangkan sisanya adalah $100\% - 83,7\% = 16,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya.

Hasil dari uji hipotesis dimana hasil uji t adalah signifikan karena nilai signifikan di atas 0,01 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UD Makmur Jaya. Untuk itu pemilik UD Makmur Jaya harus lebih memperhatikan kembali produk yang di jualnya, ketersediaan produk, kelayakan produk, kecacatan produk dan kualitas produk tersebut. Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Eka Goviana Asti (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas

Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dalam pengujian uji t.

3.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya.

Pengujian hipotesis analisis, dimana hasil uji t dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UD Makmur Jaya karena hasil dari uji t adalah signifikan sesuai dengan syarat ketentuan. Untuk itu pemilik UD Makmur Jaya harus lebih meningkatkan kualitas layanan pada UD Makmur Jaya. Demikian juga penelitian ini didukung oleh penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Ugeng Budi Haryoko (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Starbuck Coffe Plaza Kampung Kemang, hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa adanya kualitas layanan berpengaruh secara signifikan melalui hasil pengujian uji t, dan menyimpulkan bahwa pelayanan merupakan hal yang penting untuk kepuasan pelanggan. Karena, apabila karyawan maupun pemilik toko UD Makmur Jaya bersikap peduli, dan ramah terhadap pelanggan yang hendak membeli, maka pembeli juga tidak akan sungkan ketika mencari produk yang diinginkan maupun dibutuhkan.

3.3.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UD Makmur Jaya.

Hasil penelitian dari variabel harga yang dilakukan dengan pengujian hipotesis uji t, dimana hasil uji t dikatakan bahwa variabel kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UD Makmur Jaya karena hasilnya adalah signifikan sesuai dengan syarat ketentuan. Untuk itu pemilik UD Makmur Jaya harus lebih memperhatikan harga dari produk yang akan dijual. Selain dari hasil pengujian uji hipotesis dan uji t yang memiliki hasil berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga merupakan hal yang terpenting, karena pelanggan akan memiliki persepsi harga tersendiri. Kebiasaan dari pelanggan adalah membandingkan harga sebuah toko seperti membandingkan toko UD Makmur Jaya dengan toko perabot lainnya. Penelitian ini juga didukung pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bayu Prasetyo (2020) dengan judul Pentingnya Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan dalam Mencapai

Kepuasan Pelanggan hasil dari penelitian tersebut adalah apabila suatu perusahaan dapat menjaga harga produknya maka keinginan dan kebutuhan pelanggan akan terpenuhi. Sehingga, perusahaan dapat mencapai kepuasan pelanggan. Untuk itu suatu pembisnis seperti pemilik UD Makmur Jaya harus memiliki strategi dalam memberikan harga dengan produk yang baik, memberikan karena apabila suatu usaha yang memiliki harga yang murah tetapi memiliki kualitas yang baik pelanggan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dikatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh harga (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. B. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 61-68.
- Albari. (2020). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Jurnal Of Enterphreneurship and family bussines*, 49-64.
- Asti1, E. G. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK . *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 1-14.
- Chaerudin1, S. M. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product . *Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC)*, 61-70.

- Fitriasshinta, D. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN . *Jurnal of Management and Bussines*, 219-234.
- Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran*, 40 – 47.
- Prasetyo1, B. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and . *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5457-5471.
- Rizza Anggita, H. A. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision . *A Multidisciplinary Journal*, :261-272.
- Sahetapy, C. I. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN . *AGORA Vol. 6, No. 2 (2018)*, 121-131.
- Sudarmanto, D. D. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI, KEAMANAN TRANSAKSI, DAN LOYALITAS KONSUMEN. *JURNAL RISET MANAJEMEN*.
- The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision . (n.d.).
- Wilistyorini, V. (2022). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, AND TRUST . *IJME*, 01-12.
- YEHUDA. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN . *JURNAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT*, (809-815.