

## **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KACANG TANAH TUBAN PADA UD LANGGENG SAE POLOWIJO**

Agus Siswanto, Muhammad Yusuf  
Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban  
[agua2450@gmail.com](mailto:agua2450@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo. Analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah Metode analisis deskriptif kuantitatif. Dimana yang menjadi Variabel Harga yaitu X1, Variabel Kualitas Produk yaitu X2 dan Variabel Kepuasan Konsumen ialah Y. Jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 55 responden konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo. Teknik pengumpulan data memakai teknik wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Analisis data memakai teknik regresi liner berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dala uji T Hasil penelitian menunjukkan (X1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen kacang tanah Tuban Pada UD Langgeng Sae Polowijo dengan nilai  $t_{hitung}$  X1 sebesar  $3,457 < t_{tabel}$  sebesar 2,007 dengan niali signifikan  $0,001 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. (X2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen kacang tanah Tuban Pada UD Langgeng Sae Polowijo dengan nilai nilai  $t_{hitung}$  X2 sebesar  $5,610 < t_{tabel}$  sebesar 2,007 dengan niali signifikan  $0,00 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Kemudian pada hasil uji F secara simultan variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y dengan nilai sebesar  $52,158 > F_{tabel}$  3,14 dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,00$ . Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel X ke Y sebesar 52,1%.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, UD Langgeng Sae Polowijo.

### **PENDAHULUAN**

Harga ialah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Dalam bisnis, harga merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi pemasaran produk. Penetapan harga jual merupakan penentu penting bagi pertumbuhan perusahaan. Rendahnya atau tingginya harga kerap menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu barang atau jasa. Akibatnya harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli sebuah produk.

Swastha [1] mengartikan bahwa "harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya". Ramli [2] mengatakan bahwa konsep harga adalah nilai relatif dari suatu produk.

Dalam berjalannya suatu perusahaan tidak lepas dari peran penting penetapan harga dan kualitas produk, Seperti yang kita ketahui, keterkaitan antara harga dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk juga sangat menentukan kepuasan konsumen. Suatu perusahaan akan terus berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya guna

meningkatkan kepuasan konsumen. Perkembangan industri yang semakin pesat seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen menuntut setiap perusahaan Untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya.

Kualitas produk ialah faktor penting dalam kepuasan konsumen setelah membeli dan memakai suatu produk. Kualitas produk yang prima dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen akan produk. Marwanto [3] menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kombinasi sempurna dari karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), manufaktur (produk), dan pemeliharaan, dan produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan.

Harga dan kualitas produk yang baik akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Ini merupakan senjata perusahaan untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya konsumen melainkan berdampak juga bagi calon konsumen.

Priansah [4] menyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang mencul setelah

membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang. Menurut Priansah [5] kepuasan konsumen memiliki 5 komponen : 1). (expectations Harapan, 2.) (performance) Kinerja, 3). (comparison) Perbandingan, (4). (experience) Pengalaman, (5). (confirmation) Konfirmasi dan (disconfirmation) dikonfirmasi.

juga banyak sekali persaingan antara perusahaan demi menciptakan produk yang terbaik dan sesuai dengan keinginan pelanggan. maka, setiap perusahaan yang ingin berkembang harus dapat memahami dan memperhatikan setiap kebutuhan pelanggan pada produk yang perusahaan. Hasilkan serta terus melakukan inovasi – inovasi terbaru agar mempertahankan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Masalah kepuasan pembelian juga di hadapi oleh produsen kacang tanah Tuban salah satunya adalah UD Langgeng sae polowijo sebagai produsen kacang tanah Tuban, UD langgeng sae polowijo patut memperhatikan faktor harga, kualitas, agar meningkatkan kepuasan pembelian konsumen terhadap produk kacang tanah Tuban.

dari latar belakang tersebut maka faktor harga, dan kualitas produk merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen. Maka analisis dalam penelitian ini difokuskan kepada pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian kacang tanah tuban sehingga judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Tanah Tuban Pada Ud Langgeng Sae Polowijo”

Tujuan dari penelitian ini adalah (1).Apakah Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Langgeng Sae Polowijo? (2).Apakah Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen UD Langgeng Sae Polowijo? (3).Apakah Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD Langgeng Sae Polowijo?

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut <sup>[6]</sup>( Sugiyono 2018 ) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan

untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif , karena data penelitian yang digunakan berupa angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan. Alasan memilih jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban di UD Langgeng Sae Polowijo Adapun desain dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari Kualitas (X1) dan Harga (X2), sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah minat Keputusan Pembelian (Y ).

Populasi Menurut Sugiyono [7] menyebutkan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Arikunto [11] populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Populasi merupakan subjek penelitian yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian tersebut. Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen tetap kacang tanah di UD Langgeng sae Polowijo yang berjumlah 55 orang.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu sampling jenuh. Menurut Sugiyono[8] Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka peneliti memilih untuk menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yaitu 55 orang.

Teknik Pengumpul Data pada penelitian ini terdiri dari : (1). Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap produk kacang tanah di Langgeng Sae Polowijo, antara lain : (a).Teknik Observasi (pengamatan) Observasi adalah proses keterlibatan peneliti dalam situasi sosial, kemudian seluruh apa yang dilihat, dialami, dan dirasakan langsung oleh peneliti. Sugiyono [9] menyatakan Bahwa observasi merupakan suatu proses untuk menghimpun kesatuan, suatu proses yang tersusun dari beberapa proses biologis dan psikologis. Sedangkan menurut Supriyati [10] mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data

penelitian dengan sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural. (b).Metode Interview (wawancara) Interview sering juga disebut dengan wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (interviewer) [11]. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun menggunakan telpon [12]. (c).Metode kuesioner yaitu dengan memberikan pertanyaan pertanyaan untuk untuk kusumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo, untuk mengetahui kualitas produk dan kepuasan konsumen kacang tanah UD Langgeng Sae Polowijo. d. Dokumentasi Arikunto [13] dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, ledger agenda, dan sebagainya". Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data resmi mengenai jumlah karyawan, ketentuan mengenai struktur organisasi, sejarah berdirinya, dan data produktivitas kerja karyawan.

Dalam melakukan penelitian diperlukan perencanaan atau Langkah langkah penelitian agar penelitian yang dilakukan berjalan dengan baik. Prosedur penelitian adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh seorang peneliti secara teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan – tujuan penelitian.

Prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1. Merumuskan masalah penelitian. 2. Melakukan survey untuk mengetahui lokasi dan melakukan pendekatan. 3. Pengambilan sampel. 4. Melakukan observasi. 5. Pembuatan kuesioner/angket. 6. Melakukan penelitian di lokasi. 7. Pengolahan data. 8. Menganalisis data. Membutuhkan ketelitian peneliti dalam menentukan teknik analisis data agar sesuai dengan jenis data. 9. Membuat laporan yaitu hasil dan ringkasan dari penelitian yang dilakukan.

Uji coba instrumen digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian sudah memenuhi kriteria valid dan reliabel atau belum. Suatu instrumen penelitian dikatakan baik apabila memenuhi syarat valid dan reliabel. Instrumen yang valid/sahih adalah instrumen yang mampu mengukur apa yang diinginkan oleh peneliti dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji coba instrumen ini menggunakan uji kualitas data yang dibagi

menjadi dua, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Menurut Trianto [14] pengujian validitas dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment dari Pearson, adapun rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{(E XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)} \sqrt{(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [16](Ghozali, 2011:47). Reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Menurut Sugiyono [15] analisis data penelitian diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi ganda, karena terdiri dari satu variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dengan dua variabel bebas (X1 dan X2) Harga dan Kualitas Produk. Langkah-langkah dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi ganda adalah sebagai berikut :

Analisis Deskriptif [16] menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Uji Asumsi Klasik

(a).Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov yang dihitung menggunakan bantuan SPSS versi 26. Dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak hanya dilihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed). Jika nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai Asymp. Sig lebih dari atau sama dengan 5% maka data berdistribusi normal.

(b.) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menghitung koefisien korelasi ganda yang kemudian akan dibandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Tujuan lain dari uji ini untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model pada penelitian. Dapat dinyatakan tidak adanya masalah multikolinearitas apabila nilai Variance Inflation Faktor (VIF) < 10 atau nilai Tolerance > 0,1 dan berlaku.

(c.) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan perbedaan (variance) dan residual dalam model regresi yang digunakan. Uji heteroskedastisitas menguji ada tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas dalam penelitian, yang mana heteroskedastisitas merupakan varians variabel dari residual yang tidak mempunyai kesamaan pada model regresi. Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan uji Scatter plot. Regresi yang bebas dari heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Pengujian Hipotesis

(a). Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kacang tanah di UD Langgeng Sae Polowijo digunakan alat uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2$$

(b). Uji signifikan Parameter (Uji t)

Pengujian secara parsial menggunakan uji t (pengujian signifikan antara parsial). Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Menetapkan kriteria pengujian yaitu :  
 1) Jika angka signifikan > 0,05 maka Ho ditolak  
 2) Jika angka signifikan < 0,05 maka Ha diterima Rumus Uji t sebagai berikut :

$$= \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

(c). Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji f adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk memenuhi seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap dan sebaliknya F hitung > F tabel jadi Ha diterima, maka variable X berpengaruh terhadap variabel Y.

(d). Koefisien Determinasi  $R^2$

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) disebut juga koefisien penentu, karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui yang terjadi pada varians independen. Teknik ini digunakan untuk mengetahui berapa persen besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus menghitung koefisien determinan sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Hasil Analisis Data**

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Uji Validitas**

Pengujian validitas terhadap responden melalui kuesioner mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan konsumen kacang UD Langgeng Sae Polowijo, hasil pengujian Validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Dari tabel 1 pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 55 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,266. Artinya nilai item tiap variabel atau item item pertanyaan yang ada dalam kusioner variabel X1 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (Corrected item total correlation! Pearson Correlation) lebih besar dari nilai r tabel. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variable X1 (Harga) sebanyak 6 pertanyaan diperoleh 6 item valid.

**Pengujian Validitas Kualitas Produk**

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Variabel	Angket	Pearson Correlation	r-tabel	Ket
Harga (X1)	Soal 1	0,842	0,266	Valid
	Soal 2	0,783	0,266	Valid
	Soal 3	0,713	0,266	Valid
	Soal 4	0,739	0,266	Valid
	Soal 5	0,681	0,266	Valid
	Soal 6	0,616	0,266	Valid

Variabel	Angket	Pearson Correlation	r-tabel	Ket
Kualitas Produk (X2)	Soal1	0,737	0,266	Valid
	Soal2	0,755	0,266	Valid
	Soal3	0,648	0,266	Valid
	Soal4	0,68	0,266	Valid
	Soal5	0,639	0,266	Valid
	Soal6	0,659	0,266	Valid
	Soal7	0,406	0,266	Valid
	Soal8	0,509	0,266	Valid

Dari tabel 2. pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 55 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,266. Artinya nilai item tiap variabel atau item item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel X2 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (Corrected item total correlation! Pearson Correlation) lebih besar dari nilai r tabel. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variable X2 (Kualitas Produk) sebanyak 8 pertanyaan diperoleh 8 item valid.

#### Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen

Dari tabel 3. pengujian instrumen dibawah yang dilakukan terhadap 55 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,266. Artinya nilai item tiap variabel atau item item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel Y akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (Corrected item total correlation! Pearson Correlation) lebih besar dari nilai r tabel. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variable Y (Kepuasan Konsumen) sebanyak 6 pertanyaan diperoleh 6 item valid.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Angket	Pearson Correlation	r-tabel	Ket
Kepuasan Konsumen (Y)	Soal1	0,74	0,266	Valid
	Soal2	0,739	0,266	Valid
	Soal3	0,74	0,266	Valid
	Soal4	0,632	0,266	Valid
	Soal5	0,615	0,266	Valid
	Soal6	0,641	0,266	Valid

### Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas terhadap responden melalui kuesioner mengenai tanggapan harga dan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo, hasil pengujian reliabilitasnya dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	No Items	Keterangan
X1 (Harga)	0,815	6	Reliabel
X2 (kualitas Produk)	0,786	8	Reliabel
Y (kepuasan Konsumen)	0,774	6	Reliabel

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat nilai Cronbach Alpha (p). suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,6, dimana nilai 0,6 memiliki kriteria kurang baik, 0,7 cukup atau dapat diterima, dan diatas 0,8 dinyatakan baik.

Setelah dilakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini maka didapat dari data tabel 4.5 (Reliability Statistics) diketahui nilai Cronbach Alpha untuk variabel X1 sebesar 0,815 > 0,6; X2 sebesar 0,786 > 0,6; dan Y sebesar 0,774 > 0,6. Karena nilai Cronbach Alpha untuk variabel X1 (harga) sebesar 0,815; X2 (kualitas produk) sebesar 0,786; dan Y (kepuasan konsumen) sebesar 0,774 lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan Reliabel (Priyatno, 2009:172). Perhitungan hasil uji reliabilitas instrumen angket responden dengan menggunakan IBM SPSS Statistik v.26

### B. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan perhitungan regresi dengan SPSS versi 26 yang dideteksi dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov sebab skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dan data yang dipakai adalah data ordinal. Berdasarkan pada output SPSS dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari alpha 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	184.296.075
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.079
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah didalam model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Diagnosa secara sederhana terhadap tidak adanya multikolinieritas didalam model regresi yaitu data dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance diatas ( $>$ ) 0,1 dan mempunyai VIF dibawah ( $<$ ) 10,00 Hasil uji dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.159	2.534		.063	.950		
Harga (X1)	.335	.097	.346	3.457	.001	.640	1.564
Kualitas Produk (X2)	.485	.086	.561	5.610	.000	.640	1.564

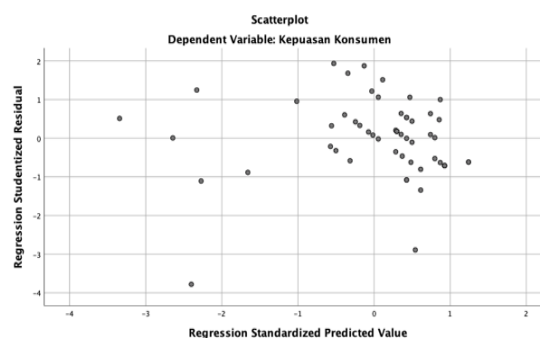
a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Dari pengujian Uji multikolinieritas pada tabel 5. menunjukkan bahwa nilai Harga (X1) hasil tolerance sebesar 0,640 lebih besar dari 0,10 dan berdasarkan VIF 1.564 kurang dari 10,00 Dan untuk variabel (X2) Kualitas Produk berdasarkan hasil tolerance 0,640 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF 1.564 kurang dari 10,00, maka dapat di simpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

#### Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidak samaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya, seperti terlihat dalam gambar berikut:



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Diagram pencar diatas menunjukkan pada model regresi linier berganda tidak terdapat heterokedastisitas. Gambar diatas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak , tidak membentuk pola teratur dan tersebar di segala arah baik diatas maupun dibawah angka 0, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal bisa terpenuhi.

#### Kepuasan Konsumen

$$(Y) - 2,848 + 0,370X1 + 0,544X2$$

1) Konstanta sebesar 0,159 artinya jika variabel harga dan kualitas produk tidak ada maka kepuasan konsumen akan sebesar 0,159.

2) Koefisien regresi variabel X1 0,335 artinya setiap kenaikan satuan harga akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,335 dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan harga, akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,335, dengan anggapan bahwa X2 tetap.

3) Koefisien Regresi X2 sebesar 0,485 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,485, dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas produk, akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,485, dengan anggapan bahwa X1 tetap. tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah

sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Data hasil perhitungan SPSS menggunakan IBM SPSS v. 26

Harga (X1) seperti pada tabel 7. diatas diperoleh thitung sebesar 3,457 yang nilainya diatas ttabel 2,007 dan nilai probabilitas thitung sebesar 0,001 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian H1 diterima, yang artinya Ada

Tabel 6. Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.159	2.534		.063	.950		
Harga (X1)	.335	.097	.346	3.457	.001	.640	1.564
Kualitas Produk (X2)	.485	.086	.561	5.610	.000	.640	1.564

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

**Pengujian hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t. uji F dilakukan untuk membuktikan pengaruh secara serentak variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Uji t**

Uji t Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas atau p-value (sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai p-value lebih kecil dari 0,05 maka H1 diterima, dan sebaliknya jika p-value lebih besar dari 0,05 maka H1 ditolak.

Tabel 7. Uji T Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.159	2.534		.063	.950
Harga (X1)	.335	.097	.346	3.457	.001
Kualitas Produk (X2)	.485	.086	.561	5.610	.000

H0: Tidak ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo

H1: Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo

pengaruh parsial secara signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo .

H0: Tidak ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo

H2: Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo

Kualitas produk (X2) seperti pada tabel 7. diatas diperoleh thitung sebesar 5,610 yang nilainya diatas ttabel 2,007 dan nilai probabilitas thitung sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian H2 diterima, yang artinya Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo.

**Uji F**

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil Uji F dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	367.934	2	183.967	52.158	.000 <sup>b</sup>



Residual	183.411	52	3.527		
Total	551.345	54			

H0: Tidak ada pengaruh simultan secara signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo

H3: Ada pengaruh simultan secara signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah pada UD Langgeng Sae Polowijo

Berdasarkan tabel 8. diatas, di dapat Fhitung sebesar 52,158 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikansi secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo. Dengan demikian H3 diterima. Data hasil perhitungan SPSS menggunakan IBM SPSS v. 26

#### Koefisiensi determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 9. dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 <sup>a</sup>	.487	.476	2.848

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan

dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi ( $R^2$ ) menunjukkan korelasi berganda yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 nilainya mendekati 1, maka

hubungan semakin sampai erat. Sebaliknya jika mendekati 0, maka hubungan semakin lemah. Angka  $R^2$  didapat 0,698, artinya korelasi antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo.

R square ( $R^2$ ) pada tabel 4.11 diatas memiliki nilai sebesar 0.487 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel hargadan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo sebesar 48,7%, sedangkan sisanya sebesar 51,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model in Data hasil perhitungan SPSS menggunakan IBM SPSS v. 26.

#### C. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Tanah Tuban Pada UD Langgeng Sae Polowijo

Hasil pengujian pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo didapatkan nilai harga ( $X_1$ ) yaitu thitung sebesar 3,457 dimana nilainya diatas ttabel 2,007 dan nilai probabilitas thitung sebesar 0,001 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian H1 diterima, yang artinya ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen Kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo.

Hasil penelitian diatas relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendri, Noto Ezra. 2016. Dengan judul Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jasa Bengkel Alin Motor Semarang). penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai hitung untuk  $X_1$  (harga produk) adalah 3,003 dan menggunakan level signifikansi (taraf signifikan) sebesar S% diperoleh t tabel sebesar 1,667 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih bear dari pada nilai t tabel yaitu  $3,003 > 1,667$ , signifikansi  $t = 0,004 < 0,05$ , menandakan bahwa Harga produksi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.

##### 2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Tanah Tuban Pada UD Langgeng Sae Polowijo



Hasil pengujian pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo didapatkan nilai harga (X1) yaitu thitung sebesar 5,610 dimana nilainya diatas ttabel 2,007 dan nilai probabilitas thitung sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian H2 diterima, yang artinya ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo.

Hasil penelitian diatas relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermina, Tinneke dan Iyan Pauzi. 2017, dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PI. Maju Jaya Cicaheum Bandung. hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa diperoleh nilai thitung sebesar 5,122 dengan ttabel sebesar 1,66 yang berarti nilai thitung > ttabel. dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H2 terima. Artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

### **3.Pengaruh Variabel Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Tanah Tuban Pada UD Langgeng Sae Polowijo**

Hasil pengujian pada variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo didapatkan nilai Fhitung sebesar 52,158 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu harga dan kualitas produk berpengaruh signifikansi secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo . dengan Demikian H3 diterima, yang artinya Ada pengaruh simultan secara signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo.

Hail penelitian diatas relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Sukmawati. 2018. dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variable kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen

Garden Cafe dengan nilai Fhitung sebesar 83,089 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebesar 72,2%, sedangkan sisanya 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembatasan hasil analisis harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara parsial diperoleh nilai thitung >ttabel (3,457> 2,007) dan nilai probabilitas thitung < dari 0,05 (0,001< 0,05) dan kontribusi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Pada Perusahaan UD Langgeng Sae Polowijo sebesar 0,346 atau 34,6%.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara parsial diperoleh nilai thitung> ttabel (5,610> 2,007) dan nilai probabilitas thitung < dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Perusahaan UD Langgeng Sae Polowijo sebesar 0,561 atau 56,1%.

Harga dan Kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh nilai Fhitung > Ftabel (52,158>3,17) dan nilai Probabilitas Fhitung< dari 0,05 (0,00 > 0,05) dan kontribusi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kacang tanah Tuban pada UD Langgeng Sae Polowijo sebesar 52,1%.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1]. Swastha, B. 2010. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta (ID): BPFE
- [2]. Samsul, Ramli. 2013. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang / Jasa pemerintah*. Jakarta, Visimedia.

- [3]. Marwanto, Aris. 2015. *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- [4]. Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [5]. Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [6]. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [7]. Sugiyono. 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
- [8]. Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
- [9]. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
- [10]. Supriyati. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat press.
- [11]. Arikunto. S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- [12]. Sugiyono. 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
- [13]. Arikunto. S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Oraktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- [14]. Arikunto. S. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- [15]. Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [16]. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.