

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM SAMBAL BAWANG COBEK BU SRI**

Antika Zahra Dewi<sup>1</sup> dan Ridaul Innayah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Ronggolawe

<sup>1</sup> Email: antikazahra87@gmail.com

### **ABSTRAK**

Untuk kesuksesan suatu usaha dalam pemasaran agar meningkatkan penjualan, baiknya UMKM tersebut harus memperhatikan aspek-aspek pelayanan yaitu kepuasan pada kualitas produk dan harga. Kualitas produk yang bermutu tentunya juga mempengaruhi keinginan konsumen, begitu pula dengan harga. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri yang berjumlah 40 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form dan dokumentasi. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan statistik. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, analisis korelasi, analisis regresi linier berganda. Dengan uji instrumen validitas, dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedasitas dan uji linieritas. Pada uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan uji t (parsial), uji f (simultan), dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil perhitungan data dapat disimpulkan, bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan uji t dengan nilai signifikansi  $0,01 < 0,05$  dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Terdapat nilai t hitung pada Kualitas Produk sebesar  $3,573 > 2,026$ , dan nilai t hitung pada Harga sebesar  $9,411 > 2,026$ . Maka menandakan variabel tersebut sama-sama berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; harga, Kepuasan Konsumen

### **PENDAHULUAN**

Di era sekarang persaingan dunia bisnis semakin kuat. Hal ini menuntut setiap para pelaku UMKM untuk memaksimalkan kinerja pada usaha bisnis mereka yang dapat memaksimalkan kinerja usaha agar mampu bersaing di pasar. Para pelaku UMKM khususnya mampu memahami kemauan atau keinginan para konsumennya. Oleh karena itu, peran pelaku UMKM harus lebih cepat membuat strategi pemasaran yang kuat supaya menciptakan produk yang berkualitas yang dapat memuaskan para konsumennya dan bertahan di persaingan dunia usaha.

Salah satu bisnis usaha makanan yang saat ini banyak di minati para konsumen pencinta makanan pedas adalah produk sambal. Produk ini memiliki keunggulan soal perpedasan dan rasa. Apa lagi sekarang banyak pembisnis usaha sambal menambahkan varian rasa pada produk mereka yang menjadi keunggulan dalam persaingan. Maka dari itu para pelaku usaha sambal dituntut untuk menciptakan strategi yang bisa memikat para konsumen dengan bersaing unggul di bidang persaingan pasar.

Untuk mendapatkan hasil yang memuaskan harus ada rencana yang sudah dirancang sebegus mungkin. Perlu adanya peningkatan kualitas pada produk untuk diperoleh suatu produk yang sesuai dengan standar kualitas yang dihasilkan. Kualitas dari produk merupakan faktor terpenting dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk sendiri merupakan suatu gambaran mengenai produk yang akan ditawarkan kepada konsumen yang memiliki nilai jual sesuai kualitas produk agar mempunyai nilai yang berbeda dari produk lain.

Kepuasan konsumen merupakan kepercayaan utama dalam pemasaran suatu produk. Konsumen yang loyal terhadap produk tersebut pasti melihat dari segi harga dan segi kualitas rasa pada produk. Adanya kualitas yang bagus pada

produk yang ditawarkan oleh UMKM, dapat memunculkan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Ketika konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut, maka para konsumen akan membandingkan dengan produk yang lain. Produk yang kualitasnya terjamin enak akan di beli dan di cari lagi oleh para konsumen. Maka dari itu MKM Sambal Bawang Cobek Bu ri harus memperhatikan kualitas pada produk yang di hasilkan karena kepuasan konsumen adalah yang terpenting untuk mempertahankan bisnis serta menjadi UMKM terdepan dalam bisnis usaha sambal bawang.

Menurut (Indrasari, 2019) [1] harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, harga mempengaruhi posisi pesaing dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Penerapan pada harga adalah strategi yang unggul dalam sebuah produk dengan persaingan yang ketat agar terdapat kinerja keuangan dipengaruhi oleh harga yang telah ditentukan serta menciptakan persepsi dari konsumen. Harga juga menjadi parameter mutu suatu produk oleh pembelian ketika dirasa sulit dalam mengevaluasi produk yang kompleks.

Harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen nyatanya, menjadi faktor utama yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Ketika konsumen ingin membeli suatu produk, maka harga yang dijual sesuai dengan apa yang di inginkan konsumen, serta seimbang dengan kualitas dari produk tersebut. Hal pertama yang di lihat konsumen yaitu harga. Harga yang di berikan sambal bawang cobe bu sri ini terbilang cukup terjangkau dari produk sambal lainnya.

Produk Sambal Bawang Cobek Bu Sri adalah produk sambal yang menggunakan cabai rawit hijau segar dengan berbagai macam varian rasa. Produk Sambal Bawang Cobek Bu Sri di produksi di kota Tuban Jawa Timur. Produk ini merupakan produk rumahan dari seorang ibu yang memiliki ide untuk membuat produk sambal sendiri dengan ciri khas rasa Cobek yang enak dan beraneka varian rasa. Produk dari UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri ini bisa di beli dengan cara pemesanan dan juga sudah beredar di beberapa supermarket yang berada di kota Tuban diantaranya yaitu supermarket Samudra dan Supermarket Bravo.

UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri ini selalu menomer satukan kebutuhan para konsumennya, terutama dalam segi kualitas produk dan harga yang akan menjadi ketentuan nominal harga pada produk. UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri juga selalu memperhatikan keunggulan dalam produknya serta mempertahankan rasa dari khas sambal itu sendiri. Yang pastinya untuk memuaskan konsumen kualitas Sambal Bawang Cobek Bu Sri senantiasa dilakukan dengan sangat detail untuk di teliti kualifikasi dari mutu produk itu sendiri.

Kualitas produk dan harga yang baik akan memberikan dampak positif bagi UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri kedepannya, karena hal tersebut akan menjadi penilaian konsumen terhadap kepuasan pada produk dan harga yang diberikan UMKM tersebut yang mana sudah memenuhi keinginan konsumen atau belum. Kualitas produk dan harga yang buruk akan menunjukkan ke konsumen untuk beralih membeli produk lainnya yang menurut mereka lebih terjamin. Misalnya tingkat rasa pada sambal, segi kemasan, dan harga yang terjangkau serta sesuai dengan harapan konsumen akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM SAMBAL BAWANG COBEK BU SRI”**.

### **Rumusan Masalah**

1. Terdapat banyak pengusaha yang bergerak dalam bidang bisnis sambal kemasan
2. Terdapat persaingan harga jual antar UMKM Sambal kemasan
3. Terdapat persaingan rasa antar UMKM Sambal kemasan
4. Terdapat persaingan kualitas sambal antar pelaku UMKM Sambal kemasan
5. Para pelaku UMKM yang bergerak dalam bisnis sambal kemasan bersaing untuk meningkatkan konsumen.

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.

### **Kualitas Produk**

Menurut (Dr. M. Anang Firmansyah, 2019) [2] produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pusat untuk dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan para pembeli. Menurut (Marchelyno Sundalangi, 2014) [3] secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari konsumen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan penjual melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas penjual serta daya beli pasar. Menurut Kotler & Armstrong (Hamdi, 2022) [4] “kualitas produk sebagai keseluruhan ciri dari suatu produk maupun pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan ataupun tidak”.

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan dasar dari pembelian konsumen terhadap suatu produk, yang mana tidak hanya di beli saja tetapi konsumen juga mendapatkan manfaat atau keunggulan yang dapat di peroleh dari produk yang dibelinya. Kemampuan suatu produk juga dapat memenuhi kemauan pembeli diantaranya dengan melihat dari segi tekstur, rasa, kebersihan produk, kemasan produk, keandalan produk, daya tahan produk, serta ciri-ciri lainnya dari produk tersebut.

Sanghaji dan sopiah (Dr. Rosnaini Daga, 2017) [5] terdapat enam elemen kualitas produk diantaranya yaitu :

- 1) Kinerja, merupakan hasil kualitas pada produk yang berkaitan langsung dengan hasil produk, serta harus menjalankan fungsi dan memenuhi kebutuhan para konsumen. Dalam hal ini, UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri menciptakan produk makanan sambal dengan cita rasa yang enak dan sesuai dengan selera konsumennya. Hal ini dilakukan agar produk sambal UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri memiliki kinerja yang baik. Dengan kinerja yang baik maka kualitas sambal yang di jual akan memperoleh penilaian yang baik di mata konsumennya.
- 2) Reliabilitas, merupakan keandalan pada produk yang berkaitan dengan peluang suatu produk itu sendiri yang akan berhasil menjalankan fungsinya pada setiap kali di beli dalam daya tahan produk selama dikonsumsi. Dalam hal ini UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri harus mampu menyajikan produk sambal yang dapat menggugah selera konsumen. UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri membuat produk sambal dengan bahan-bahan yang higienis dan sehat untuk dikonsumsi. Hal ini tentunya akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk sambal UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.
- 3) Fitur, adalah bagian yang di tambahkan pada produk, atau sesuatu yang berbeda pada produk untuk menarik para konsumen. Dalam hal ini UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri harus memiliki keistimewaan dalam produk sambalnya, sehingga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk usaha sambal lainnya. Dari ciri khas tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri terhadap produk sambal yang diperjual belikan.
- 4) Keawetan, menunjukkan suatu pengukuran tingkat lamanya masa simpan atau siklus produk , baik secara teknis maupun waktu. Dalam hal ini UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri hendaknya menyajikan produk sambal yang memiliki tingkat ketahanan pada produk yang mampu menyimpan dengan batas waktu yang lama. Apabila UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri mampu menyajikan produk sambal yang mempunyai kualitas penyimpanan yang tahan lama maka konsumennya akan berpersepsi bahwa produk sambal UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri berkualitas.
- 5) Kesesuaian dengan spesifikasi, menunjukkan kinerja produk terhadap penglihatan yang berdasarkan keinginan konsumen. Dalam hal ini UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri harus memperhatikan kesesuaian cita rasa produk sambal yang di sajikan dengan tampilannya, sesuai dengan teksturnya, rasa pedas dari sambalnya, dan lain sebagainya. Maka yang di lihat oleh

konsumen, produk sambal yang memiliki kualitas dari spesifikasi tersebut dapat sesuai dengan standar produk yang di inginkan.

- 6) Estetika, adalah karakteristik yang sifatnya subyektif. Dalam hal yang dilihat dari suatu produk melalui bagaimana tampilan luar produk, dan bagaimana tampilan dalam produk tersebut. UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri harus bisa menyajikan produk sambal yang dapat menarik para konsumen misalnya komposisi pada sambal yang sesuai, koposisi pada varian rasa yang sesuai, tekstur sambal, dan dari segi kemasan produk sambal tersebut. Hal ini dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli produk sambal UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.

Masalah yang dialami para penjual khususnya dalam segi kualitas merupakan salah satu bagian terpenting untuk mendapatkan perhatian para konsumen. Produk dikatakan berkualitas apabila atribut atau sifat-sifatnya memberikan kecocokan atau kepuasan pada konsumennya. Maka para pelaku UMKM khususnya harus bisa menjaga kualitas pada produk yang dihasilkan, supaya produk yang di jual bisa memuaskan para konsumen.

### **Harga**

Kotler (Paramitha, 2015) [6] harga adalah sejumlah nominal uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Penentuan harga yang sesuai akan memberikan keuntungan bagi penjual, pentingnya harga yang ditetapkan bisa menutupi biaya-biaya produksi serta memberikan keuntungan kepada penjual, namun bisa juga dirasa ada kecocokan pada kualitas produk ke konsumen. Menurut (Indrasari, 2019) [7] dalam berbagai jenis usaha penentuan harga produk dan jasa merupakan pentingnya strategi seperti akibat adanya suatu tindakan atau proses pengurangan peraturan dari pemerintah, Terdapat adanya tingkat ketinggian persaingan yang semakin ketat, dan rendah tingginya pertumbuhan ekonomi serta peluang usaha bagi penjual. Maka dari itu harga sangat penting dalam mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi dari sudut pandang pembeli dan penentuan posisi merek.

Menurut (Dr. M. Anang Firmansyah, 2019) [8] perilaku konsumen cenderung mempunyai batasan dalam sebuah harga, baik itu batas harga rendah maupun batasan harga yang lebih tinggi. Untuk membentuk persepsi pada konsumen produk atau jasa dengan harga yang termurah, hal ini disebabkan dalam prinsip ekonomi setiap manusia akan dilandasi oleh pilihan yang paling baik bagi konsumen dan untuk menguntungkan bagi usahanya. Menurut (Wibisono, 2019) [9] harga adalah sejumlah kompensasi relatif yang dinyatakan baik dalam bentuk uang maupun barang untuk mendapatkan manfaat keuntungan dari suatu barang oleh pihak penjual untuk penepatan harga sesuai fakta yang terdapat pada data pertimbangan dan akal sehat keberlangsungan proses ekonomi secara terus menerus.

Widodo dari (Sukmawati, Rina, 2017) [10] ada beberapa indikator pada harga diantaranya yaitu :

- 1) Keterjangkauan harga, merupakan penentuan harga penjual bagi kemampuan konsumen untuk beli produk.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, merupakan indikator kesesuaian harga yang di berikan oleh penjual kepada konsumen dengan harga yang cocok dengan kualitas produknya.
- 3) Daya saing harga, merupakan pemberian harga produk oleh penjual kepada konsumen untuk membedakan dan bersaing dengan yang diberikan penjual lainnya.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, merupakan pemberian harga oleh penjual dari manfaat kepuasan konsumen yang membeli/mengkonsumsi produk tersebut.

Maka dapat di simpukan pada harga yang di tetapkan oleh UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri merupakan harga jual produk sambal yang mendasarkan diri pada biaya produksi sambal tersebut. Harga yang di jual UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri merupakan harga produk sambal yang cukup sesuai di pasaran.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan suatu penentu utama yang harus di perhatikan oleh pengusaha untuk mencapai keberhasilan usahanya. Kepuasan yang diterima oleh konsumen menjadi kunci

mempertahankan konsumen kepada produk. Menurut (Abdul Rahman Raka Aditia, 2020) [11] pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas terhadap produk yang di hasilkan. Terciptanya kepuasan pada pembeli dapat memberikan kekuatan bagi perusahaan dan memberikan kelayakan yang baik bagi pembeli sehingga memunculkan kepuasan pada diri konsumen dan membentuk suatu promosi dari mulut kemulut (*Word of-mouth*) yang dapat menguntungkan bagi usaha.

Kotler dan killer dari (Sukmawati, 2017) [12] kepuasan merupakan perasaan gembira atau kekecewaan pembeli setelah merasakan kinerja dengan pengalaman yang di dapat. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka pembeli akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan bahkan melebihi harapan, maka pembeli akan merasa lebih puas. Ningsih & Segoro dari (Hermanto, 2019) [13] kepuasan adalah kepekaan yang ditunjukkan oleh konsumen setelah pembelian suatu produk atau suatu pelayanan yang mana konsumen mengkonsumsi dan membandingkan antara kinerja aktual terhadap harapan serta mengevaluasi pengalaman mengonsumsi produk dari layanan tersebut. Menurut (Razak, 2019) [14] tingkat kepuasan konsumen dilihat dari seberapa besar kepuasan konsumen dapat terpenuhi dibandingkan dengan manfaat layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tingginya kepuasan yang diberikan konsumen mendorong konsumen tetap setia dan akan merekomendasikan ke teman maupun kerabatnya, serta memiliki harapan yang realistis, dan akan melakukan pembelian ulang. Tingkat keinginan suatu usaha harus memuaskan pelanggan yang dilakukan secara saling menguntungkan baik bagi konsumen maupun penjualnya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini di arahkan untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti, pada kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.

Rancangan penelitian di lakukan secara alamiah, penelitian mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen yang bersifat mengukur. Hasilnya di analisis secara statistik yang dapat dilakukan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, dengan metode regresi linier berganda.

### **A. Data Yang Digunakan Dalam Penelitian**

#### **Data primer**

Data primer yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian melalui, penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri yang telah diisi oleh responden.

#### **Data sekunder**

Data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian berupa dokumentasi dari berbagai bahan pustaka baik berupa buku, jurnal dan dokumen lainnya. Data yang digunakan berupa data kuantitatif, yang bersifat mengukur atau dihitung secara langsung. Data tersebut berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka.

### **A. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup menggunakan bantuan google form (secara online). Pernyataan yang diberikan ke responden berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen yang masing-masing variabel terdiri dari 7 item pernyataan, dengan jumlah keseluruhan 21 item pernyataan.

### **B. Teknik Analisis Data**

#### **Analisis Deskriptif**

Menurut (Sugiyono, 2013) [14] analisis data yang di gunakan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Dari Proses analisis data ini dimulai dengan semua data yang tersedia dari berbagai sumber melalui penyebaran kuesioner dan observasi yang telah di teliti dalam catatan lapangan yang selanjutnya diklarifikasi sesuai dengan deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan kondisi latar penelitian yang diperoleh dilapangan. Dengan data analisis deskritif dapat digunakan untuk meringkas data tentang persepsi terhadap kualitas produk, dan harga terhadap kualitas konsumen UMKM Sambal Bawang Cobrk Bu Sri.

### **C. Uji asumsi klasik**

#### **Uji Normalitas**

Gozali (Laylan Syafina SE, 2019)

[15] uji normalitas adalah bertujuan untuk menguji bagaimana dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual apakah memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal. Jika uji normalitas  $> 0,05$  maka dapat terjadi adanya data berdistribusi normal.

Berdasarkan penelitian ini terdapat nilai signifikansi uji normalitas sebesar 0,200 yang mana nilai tersebut melebihi besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

#### **Uji Multikolinieritas**

Gozali dari (ilfathna, 2023) [16] bahwa uji multikolinieritas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika di dapat pada nilai VIF (Variance inflation factor)  $< 10$  dan nilai Tolerance value  $> 0,1$  maka tidak terjadi multikoleritas.

Berdasarkan hitungan yang di teliti dari nilai VIF variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terdapat besarnya nilai  $1,429 < 10$ , dan nilai tolerance value  $0,700 > 0,1$ . Maka data tersebut tidak terjadi adanya multikolinieritas.

#### **Uji heteroskedastisitas**

Gozali dari (Purnawijaya, 2019) [17] heteroskedastisitas menyimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila variasi residual pada pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka hal tersebut dikatakan homokedastisitas. Maka sebaliknya jika variasi residualnya berbeda, maka bisa dikatakan heterokedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model regresi linier berganda dapat di lihat pada grafik scatterplot. Keputusan dasar pengujian bisa di ambil, jika terdapat pada pola titik-titik bergelombang, melebar, atau kemudian menyempit maka bisa dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Tapi jika tidak terdapat pola yang jelas atau menyebar di bawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini terdapat jelas bahwa pola titik-titik tersebut dibidang tersebar secara acak dan tidak ber pola maka hasil dari penelitian ini bisa dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### **D. Uji Linieritas**

#### **Analisis Regresi linier Berganda**

Ghozali dari (Rizkiani, 2021) [18] Analisis ini berguna untuk menguji apakah ada pengaruh antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dapat di simpulkan ada tidaknya pengaruh anatara kuliatan produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.

#### **Uji Validitas**

Sofiyan dari (Pratama, 2018) [19] menyimpulkan bahwa “Uji validitas merupakan alat untuk mengukur salah atau valid tidaknya suatu kuesioner”. Untuk mengetahui valid tidaknya suatu

variabel jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka menunjukkan variabel valid dan sebaliknya jika terdapat nilai signifikansi  $> 0.05$  maka variabel tidak valid. Dapat dilihat juga dari nilai  $r$  hitung pada variabel tersebut. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel maka variabel valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka variabel tidak valid.

Hasil perhitungan penelitian pada uji validitas didapat bahwa nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pernyataan nilai  $r$  hitung pada penelitian terdapat nilai yang lebih besar dari  $r$  table (0,312) maka pada tiap item pernyataan menunjukkan variabel adalah valid, sehingga item-item pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel penelitian.

### **Uji Reliabilitas**

Adhita dari (Pratama, 2018) [20] menyimpulkan bahwa “Uji reliabilitas merupakan instrumen yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya”. Untuk mengetahui reliabel tidaknya pada variabel, jika nilai reliabilitas  $> 0,05$  maka variabel tersebut bisa dikatakan reliabel.

Pada penelitian ini didapat nilai variabel Kualitas Produk (X1) sebesar nilai 0,950, nilai variabel Harga (X2) sebesar 0,950, dan nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,903 yang mana dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai  $> 0,05$ . Maka variabel tersebut bisa dikatakan reliabel.

### **Koefisien Determinasi**

Gozali dari (ilfathna, 2023) [21] bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen.

### **Uji T**

Priyastama dari (Imron, 2019) [22] menyimpulkan bahwa pada dasarnya uji  $t$  untuk menunjukkan seberapa pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Serta digunakannya untuk menentukan seberapa uji hipotesis dari masing-masing variabel.

Kuncoro dari (Sukmawati, Rina, 2017) [23] Pengujian dilakukan dengan uji  $t$  pada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 dengan ketentuan apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan, dan sebaliknya apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan. Dilihat juga dari  $t$  hitung pada nilai variabel X. Jika  $t$  hitung  $> t$  tabel maka variabel tersebut menandakan berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka variabel tersebut menandakan tidak adanya pengaruh terhadap variabel Y.

Pada penelitian ini diperoleh uji  $t$  nilai signifikansi dari variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2). Terdapat nilai signifikansi kualitas produk sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05, dan nilai signifikansi harga sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Yang artinya terdapat pengaruh kedua variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. dan terdapat nilai  $t$  hitung pada Kualitas Produk (X1)  $3.573 > 2,026$ , dan nilai  $t$  hitung pada Harga (X2) sebesar  $9.411 > 2,026$ . Maka dari itu menandakan variabel tersebut sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

### **Uji F**

Kuncoro dari (Sukmawati, 2017) [24] bahwa uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Muhson dari (Sukmawati, Rina, 2017) [25] pada pengujian dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan apabila nilai signifikan  $F > 0,05$  maka pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terkait tidak berpengaruh secara signifikan, dan apabila nilai signifikan  $F < 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terkait.

Pada penelitian ini terdapat nilai sig 0,00 yang mana  $< 0,05$  maka menunjukkan bahwa setiap variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 40 responden melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran mengenai karakteristik yang meliputi jenis kelamin responden, usia responden, tingkat pendidikan responden, dan jabatan responden.

### 1. Jenis kelamin

Responden hasil penelitian ini berjumlah 40 responden yang dideskripsikan menurut jenis kelamin pada table dibawah sebagai berikut:

Table 1 jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Responden	Presentase
Pria	11	27,5
Wanita	29	72,5
Total	40	100

Sumber : Data Primer di Olah

Dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 11 orang (27,5%) dan responden berjenis kelamin wanita sebanyak 29 orang (72,5%).

### 2. Usia Responden

Table 2 Usia Responden

No	Usia Responden	Orang	Presentasi
1	15 - 25 tahun	21	52,5
2	26 - 35 tahun	7	17,5
3	36 - 45 tahun	9	22,5
4	> 46 tahun	3	7,5
5	Total	40	100

Sumber : Data Primer di Olah

Dapat diketahui bahwa, responden 15 – 25 tahun sebanyak 21 orang (52,5 %), responden 26 -35 tahun sebanyak 7 orang (17,5 %), responden 36 -45 tahun sebanyak 9 orang (22,5 %), dan responden di atas 46 tahun sebanyak 3 orang (7,5 %).

### 3. Usia Responden

Table 3 Usia Responden

No	Usia Responden	Orang	Presentasi
1	15 - 25 tahun	21	52,5
2	26 - 35 tahun	7	17,5
3	36 - 45 tahun	9	22,5
4	> 46 tahun	3	7,5
5	Total	40	100



*Sumber : Data Primer di Olah*

Dapat diketahui bahwa, responden 15 – 25 tahun sebanyak 21 orang (52,5 %), responden 26 -35 tahun sebanyak 7 orang (17,5 %), responden 36 -45 tahun sebanyak 9 orang (22,5 %), dan responden di atas 46 tahun sebanyak 3 orang (7,5 %).

#### 4. Tingkat Pendidikan Terakhir

Table 4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Orang	Presnteasi
1	SD	-	-
2	SMP	-	-
3	SMA	25	62,5
4	Diploma	2	2
5	S1	13	32,5
6	Pasca Sarjana	-	-
7	Total	40	100

*Sumber : Data Primer di Olah*

Dapat diketahui bahwa responden SMA sebanyak 25 orang (62,5 %), responden Diploma sebanyak 2 orang (2 %), responden S1 sebanyak 13 orang (32,5 %).

#### 5. Pekerjaan

Table 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Orang	Presnteasi
1	Pegawai Negri	-	-
2	Pegawai Swasta	7	17,5
3	Wiraswasta	1	1
4	Mahasiswa/Pelajar	19	47,5
5	Dan lainnya	13	32,5
7	Total	40	100

*Sumber : Data Primer di Olah*

Dapat diketahui bahwa responden Pegawai Swasta sebanyak 7 orang (17,5 %), responden Wiraswasta sebanyak 1 orang (1 %), responden Mahasiswa/Pelajar sebanyak 19 orang (47,5 %), responden dan lainnya sebanyak 13 orang (32,5).

#### Analisis Deskriptiv

Table 6 Hasil Analisis Deskriptiv

	N	Mini mum	Maxi mum	Mea n	Std. Devia tion
Kualitas Produk	40	21,00	35,00	27,7500	3,49908
Harga	40	21,00	35,00	28,5500	4,78218

Kepuasan Konsumen	40	20,000	35,000	29,12500	4,852636
Valid N (listwise)	40				

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Terdapat distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

1. Variabel Kualitas Produk (X1), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 21,00 sedangkan nilai maksimumnya sebesar 35,00 dan nilai rata-rata Kualitas Produk sebesar 27,7500. Standar deviasi data Kualitas Produk adalah 3,49908.
2. Variabel Harga (X2), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 21,00 sedangkan nilai maksimumnya sebesar 35,00 dan nilai rata-rata Kualitas Produk sebesar 28,5500. Standar deviasi data Harga adalah 4,78218.
3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 20,000 sedangkan nilai maksimumnya sebesar 35,000 dan nilai rata-rata Kualitas Produk sebesar 29,12500. Standar deviasi data Harga adalah 4,852636.

### Analisis Regresi linier Berganda

Table 7 Pada Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,2895	2,607		-,111	,274
Kualitas Produk	,387	,108	,279	3,573	,001
Harga	,746	,079	,735	9,411	,000

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Variabel independen terhadap Variabel dependen adalah  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $> t$  tabel maka hipotesis diterima. Dapat di simpulkan pada tabel di atas adalah:

1. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,573 > t$  tabel 2,262, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,411 > t$  tabel 2,262, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

### Uji Validitas

Table 7 Ringkasan Pada Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
	X1.1	0,447	0,000	0,312	Valid
	X1.2	0,523	0,000	0,312	Valid

Kualitas Produk (X1)	X1.3	0,632	0,000	0,312	Valid
	X1.4	0,689	0,000	0,312	Valid
	X1.5	0,779	0,000	0,312	Valid
	X1.6	0,445	0,000	0,312	Valid
	X1.7	0,524	0,000	0,312	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,643	0,000	0,312	Valid
	X2.2	0,899	0,000	0,312	Valid
	X2.3	0,869	0,000	0,312	Valid
	X2.4	0,936	0,000	0,312	Valid
	X2.5	0,881	0,000	0,312	Valid
	X2.6	0,890	0,000	0,312	Valid
	X2.7	0,878	0,000	0,312	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,931	0,000	0,312	Valid
	Y.2	0,894	0,000	0,312	Valid
	Y.3	0,876	0,000	0,312	Valid
	Y.4	0,892	0,000	0,312	Valid
	Y.5	0,901	0,000	0,312	Valid
	Y.6	0,882	0,000	0,312	Valid
	Y.7	0,813	0,000	0,312	Valid

Sumber : Data Primer di Olah

Dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. 0,000 item pernyataan di atas lebih kecil dari 0,05. Pernyataan atau nilai r hitung terdapat lebih besar dari nilai r table 0.312 maka pada tiap item pernyataan menunjukkan variable adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel penelitian.

### Uji Reliabilitas

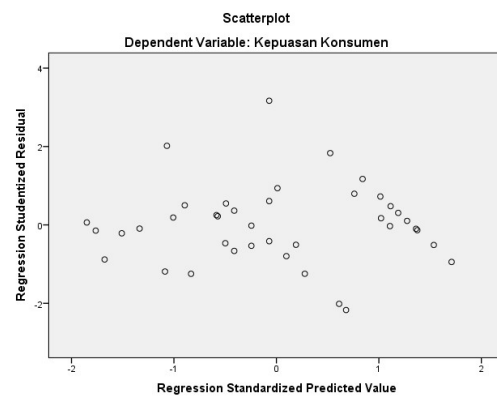
Table 7 Ringkasan Pada Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,950	Reliabel
Harga (X2)	0,950	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,903	Reliabel

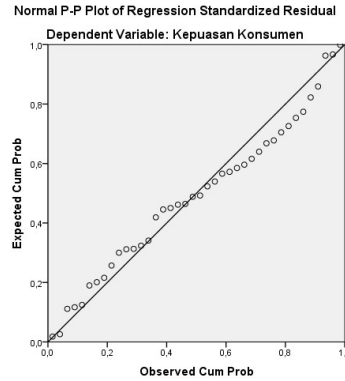
Sumber: Data Primer di Olah

Bahwa nilai koefisien dari Cronbach's Alpha untuk semua terdapat variabel penelitian memiliki nilai lebih dari 0,05. Maka berdasarkan ketentuan dari hasil nilai reliabilitas semua variabel yang digunakan sudah terbilang reliabel atau dapat dikatakan handal.

### Uji Normalitas



Gambar 1 Plot Uji Normalitas



Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Dapat disimpulkan pada titik-titik tersebut mengikuti garis diagonalnya maka garis tersebut bisa dikatakan normal.

Table 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

		Unstan dardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.000000
	Std. Deviation	1.92787 582
	Most Extreme Differences	Abs olute Positive Negative
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Berdasarkan uji normalitas kolmogrov-Smirnov didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,200 melebihi dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

### Uji Multikolerienitas

Table 9 Ringkasan Hasil Uji Multikolerienitas

Model	Unstandar dized Coefficients		Stan dard ized Coef ficients	T	Sig.	Collinear ity Statistics	
	B	Std. Err or				Beta	Tol eranc e

(Constant)	-2.895	2.607		-1.111	2.74		
X1	.387	.108	.279	.573	.001	.700	.429
X2	.746	.079	.735	.941	.000	.700	.429

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Jika VIF (*Variance inflation factor*) dibawah dari 10 dan Tolerance value diatas 0,1 maka tidak terjadi multikoleritas.

Maka dapat di simpulkan berdasarkan table nilai VIF variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) adalah  $1,429 < 10$ , dan nilai tolerance value  $0,700 > 0,1$  di atas maka dapat di simpulkan data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 Variabel Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Dapat disimpulkan terdapat titik-titik tersebut dibilang tersebar secara acak dan tidak ber pola maka dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### Uji T

Table 10 Hasil Perhitungan Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	-2.895	2.607		-1.111	.274		
X1	.387	.108	.279	3.573	.001	.700	1.429
X2	.746	.079	.735	9.411	.000	.700	1.429

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

Terdapat nilai sig  $< 0,05$  maka menunjukkan bahwa setiap variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dan terdapat pada nilai t hitung  $>$  nilai tabel Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat di simpulkan yaitu:

Nilai signifikasi dari kedua variabel tersebut  $< 0,05$ . Maka dapat di rincikan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Terdapat nilai t hitung pada Kualitas Produk (X1) sebesar  $3.573 > 2,026$ , dan nilai t hitung pada Harga (X2) sebesar 9.411

> 2,026. Maka dari itu menandakan variabel tersebut sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

## Uji F

Table 11 Hasil Perhitungan Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig.
Regression	773.423	2	386.712	98.711	.000 <sup>b</sup>
Residual	144.952	37	3.918		
Total	918.375	39			

Sumber : Oleh Data SPSS, 2023

terdapat nilai dari sig  $0,00 < 0,05$  maka menunjukkan bahwa setiap variable independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y. hal ini dapat dimaksudkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait.

## KESIMPULAN

Setelah dilakukan pembahasan hasil penelitian seperti yang telah dikemukakan pada bab 4 sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.
3. Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen UMKM Sambal Bawang Cobek Bu Sri.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Rahman Raka Aditia, M. W. (2020). Universitas Global Mandiri . *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR NMAX PADA PT YAMAHA A.RIVAI PALEMBANG*, 25.
- [2] Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). Dalam P. P. STRATEGY). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- [3] Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). Dalam P. D. KONSEP. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- [4] Dr. Rosnaini Daga, S. M. (2017). Dalam K. P. Citra. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- [5] Hamdi, A. I. (2022). FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHAFI FRIED CHICKEN DI CERME GRESIK*, 18.
- [6] Hermanto, S. S. (2019). Dalam K. d. Faktor Pelayanan. CV. Jakad Publishing Surabaya .
- [7] ilfathna, Z. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA KOBER MIE SETAN DI KOTA MALANG)*, 8.
- [8] Imron. (2019). Universitas Bina Sarana Informatika. *ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE KUANTITATIF PADA CV. MEUBELE BERKAH TANGERANG*, 23.
- [9] Indrasari, D. M. (2019). Dalam P. &. PELANGGAN. Surabaya: Unitomo Press.
- [10] Laylan Syafina SE, M. d. (2019). Dalam M. P. Kuantitatif. FEBI UIN-SU Press.

- [11] Marchelyno Sundalangi, S. L. (2014). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas SamRatulangi Manado. *KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PIZZA HUT MANADO*, 316.
- [12] Paramitha, M. D. (2015). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UNIVERSITAS Diponegoro Semarang. *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*, 19.
- [13] Pratama, S. Y. (2018). Prodi Muamalah Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI AGYA COLLECTION PONOROGO*, 48.
- [14] Purnawijaya, F. M. (2019). Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra . *PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN FASILITAS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KEDAI 27 DI SURABAYA*.
- [15] Razak, I. (2019). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas UNKRIS. *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*, 5.
- [16] Rizkiani, A. N. (2021). DIPLOMA III. *PROGRAM STUDI AKUTANSI, POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA*, hal. 47.
- [17] Sugiyono, P. D. (2013). Dalam M. P. R&D. Bandung: ALFABETA, CV.
- [18] Sukmawati, R. (2017). Fakultas Ekonomi, Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASAI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*, 43.
- [19] Sukmawati, Rina. (2017). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*, 26.
- [20] Wibisono, E. S. (2019). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO.*, 20.