

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK PULPEN KENKO (STUDI KASUS MAHASISWA UMSU) FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Oleh:

Nadia Ika¹, Bayu Syahputra², Seprida Hanum Harahap³

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : bayusyahputra136@gmail.com

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko baik secara parsial maupun secara simultan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menggunakan pulpen merek kenko. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 orang mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menggunakan produk pulpen kenko. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS (Statistic Package for the Social Sciens) versi 29. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko.

Kata Kunci : Harga, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Diera lingkungan bisnis sekarang ini terus berubah, banyak perusahaan berusaha keras untuk laba dan saham mereka di pasar. Dengan kemajuan teknologi, globalisasi yang berkembang, meningkatnya keterlibatan sosial ekonomi bisnis di negara negara luar dan meningkatnya campur tangan politik dalam dunia usaha, menjadi sangat menantang bagi organisasi mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. (Jufrizen & Rahmadhani, 2020) Menurut (Stanton, 2008) Pemasaran adalah sistem secara keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis atau usaha yakni yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, mempromosikan barang dan jasa, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen. Pemasaran adalah sistem dari sebuah sistem kegiatan bisnis yang direncanakan, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan besar. Manajemen Pemasaran mengatur semua keinginan pemasaran, karena itu manajemen pemasaran sangat penting bagi perusahaan. Manajemen Pemasaran menurut (Kotler & Keller, 2016) adalah Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum. Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan yang timbul baik itu positif atau negative pada konsumen setelah konsumen mendapatkan suatu barang yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. (Purnama, et al., 2022). Kepuasan konsumen telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Kepuasan dapat membentuk

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201

persepsi dan hal ini dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggan. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati, & Wahyudin, 2007).

Harga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan kepuasan pembelian pada produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk 3 atau jasa tersebut (Kotler & Keller, 2016). Kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang 5 dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak puasnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler & Amstrong, 2014).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memperoleh data dalam bentuk informasi, baik secara lisan maupun tulisan tentang bagaimana Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Pulpen Kenko (Studi Kasus Mahasiswa Umsu) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori teori yang sudah ada. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun Ajaran 2019-2022. Dikarenakan keterbatasan waktu dan banyaknya Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, maka penulis membuat sampel dalam penelitian ini hanya sebagian dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang memakai pulpen merek kenko. Model penelitian yang digunakan adalah model analisis regresi linier berganda dimana model ini menghubungkan variabel-variabel yang terdiri dari satu atau lebih variabel bebas (X_1), (X_2), yang merupakan bagian dari analisis multivariat dengan tujuan untuk menduga seberapa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Y).

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201

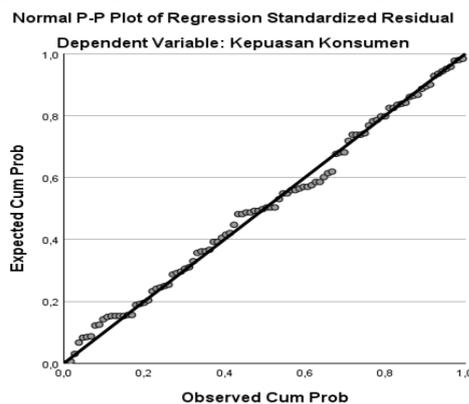
Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan model regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis, baik secara simultan maupun parsial seberapa besar pengaruh APIP, Karakteristik Pemerintah Daerah dan SPIP terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Kota Binjai. Pengolahan data menggunakan program Statistical Package for Social Science (SPSS)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk melihat Apakah dalam model regresi, variabel dependen dari independennya memiliki distribusi normal atau tidak, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar diatas mengidentifikasi bahwa model regresi adalah memenuhi asumsi klasik yang telah dikemukakan sebelumnya. Sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat antara variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*variance inflasi factor/VIF*) yang tidak melebihi 4 atau 5 (Juliandi et al., 2014).

Coefficients ^a	
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,822	1,217
,822	1,217

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Kedua variabel indenpen yaitu X1 dan X2 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditetapkan yaitu $VIF < 5$ (VIF lebih kecil dari 5), sehingga berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam variabel independen pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residul suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.

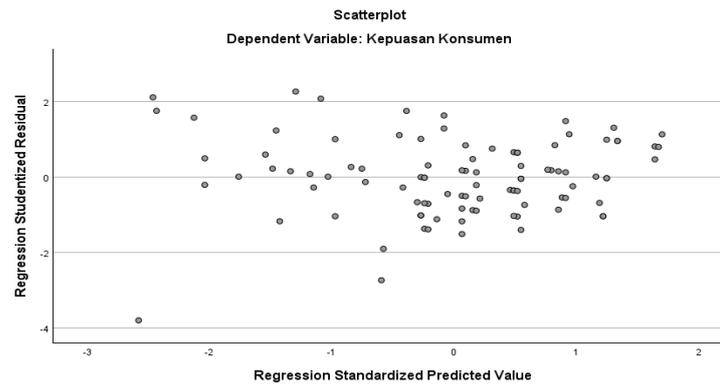
JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201



Gambar diatas memperlihatkan bahwa Pada output SPSS dibagian scatterplot, terlihat titik titik yang menyebar secara acak, dan tidak membentuk sebuah pola yang ditentukan dengan jelas. Serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,708	4,147		5,717	<,001
	Harga	,271	,111	,226	2,451	,016
	Kualitas	,468	,114	,376	4,091	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan data diatas tabel uji regresi linier berganda di atas, dapat dipahami bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 23,708 + 0,271 X_1 + 0,468 X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas

Interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah:

- 1) Konstanta (α) mempunyai regresi sebesar 23,708 . Menunjukkan bahwa harga, kualitas, dan kepuasan konsumen. Memiliki variabel bebas/independen = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan sebesar 23,708.
- 2) Variabel harga (X₁) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,271. Menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian (Y). Dengan demikian, jika variabel harga ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,271.
- 3) Variabel kualitas (X₂) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,468. Menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian (Y). Dengan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201

demikian, jika variabel kualitas ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,468.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, yaitu dilakukan melalui uji t dan uji F.

Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Dengan bantuan komputer *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS 29:00).

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,708	4,147		5,717	<,001
	Harga	,271	,111	,226	2,451	,016
	Kualitas	,468	,114	,376	4,091	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

T tabel dihitung dari α 5% $df(n)-k = df(n)$ adalah jumlah data atau observasi, k adalah jumlah variabel dependen berarti $98 - 2 = 96$, jadi t tabel $96 = 1,660$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel harga menunjukkan nilai t hitung = 2,451 lebih besar dari pada t tabel 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $= 0,000 < 0,05$. Dengan demikian berarti nilai signifikansi 0,000 adalah lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

T tabel dihitung dari α 5% $df(n)-k = df(n)$ adalah jumlah data atau observasi, k adalah jumlah variabel dependen berarti $98 - 2 = 96$, jadi t tabel $96 = 1,660$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel harga menunjukkan nilai t hitung = 4,091 lebih besar dari pada t tabel 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $= 0,000 < 0,05$. Dengan demikian berarti nilai signifikansi 0,000 adalah lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada tabel berikut:

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230,596	2	115,298	13,783	<,001 ^b
	Residual	794,670	95	8,365		
	Total	1025,265	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

Berdasarkan data tabel uji f di atas dapat dipahami bahwa didapatnya nilai F_{hitung} 13,783 $> F_{tabel}$ 3,09 dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan harga dan kualitas terhadap

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201

kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko (studi kasus mahasiswa umsu) fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,474 ^a	,225	,209	2,892

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) yang diperoleh sebesar 0,225, hasil ini memiliki arti bahwa 22.5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas sedangkan sisanya diterangkan oleh variabel lain dan tidak diteliti.

Analisis hasil temuan penelitian ini adalah analisis terhadap kesesuaian teori, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan dalam hasil penelitian sebelumnya. Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh melalui uji hipotesis yang telah dilakukan baik secara uji partial maupun uji simultan Dari tabel uji t terdapat bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,451 sementara t_{tabel} 1,660 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau $t_{hitung} 2,451 < t_{tabel} 1,660$. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Dari tabel uji t terdapat bahwa pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,091 sementara t_{tabel} 1,660 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau $t_{hitung} 4,091 < t_{tabel} 1,660$. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil Penelitian bahwa terdapat pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko. Dengan hasil F_{hitung} 13,783 > F_{tabel} 3,09 bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko (studi kasus mahasiswa umsu) fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara yaitu: Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko (studi kasus mahasiswa umsu) fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara Ada pengaruh yang signifikan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko (studi kasus mahasiswa umsu) fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara Ada pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada produk pulpen kenko (studi kasus mahasiswa umsu) fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 2 2024 hal 195-201

REFERENSI

- Atmawati, R., & Wahyudin, M. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Daya Saing*, 1(1), 54–61.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.
- Jufrizen, J., & Rahmadhani, K. N. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 3(1), 66–79.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (12th Editi). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kelima Belas Jilid I, terj. Bob Sabran, MM, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(1), 74–86.