**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. SINAR SOSRO PALEMBANG**

**Asep Priyono(1), H. Lin Yan Syah(2), H. Mukran Roni(3)**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang

[asepswot@yahoo.co.id(1)](mailto:asepswot@yahoo.co.id(1))

[linyansyah@gmail.com(2)](mailto:linyansyah@gmail.com(2))

mukranmukran@gmail.com(3)

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Fruit Tea’s product quality and price to consumer satisfaction at PT. Sinar Sosro Palembang. The variables used in which X1 = product quality, X2 = price and Y = Consumer Satisfaction. The data used is primary and secondary data. Data analysis method used is quantitative descriptive. Mechanical test instrument using validity and reliability by using SPSS program. Data analysis tool using multiple linear regression, koefisien determinate, t test and f. of the results of this study obtained product quality (X1) with a value of t = 1.637 with a probability of 0.018 <0.05 means Ho rejected and Ha accepted. meaning there is no significant influence on the quality of the product (X1) towards consumer satisfaction (Y). While the price (X2) the value of t = 1.305 with a probability of 0.015 <0.05 means Ho rejected and Ha accepted. This means that there is no significant influence on the price (X2) towards consumer satisfaction (Y). then jointly acquired that product quality and prices of consumer satisfaction with 26.770 Fhitung with sig. 0.004 to 0.443 Ftabel then Fhitung> F table then Ho is rejected and Ha received means that there is no significant influence on the quality of the product (X1) and the price (X2) towards consumer satisfaction (Y).*

***Keywords****: Product Quality, Price, Customer Satisfaction*

# PENDAHULUAN

Kualitas Produk pada PT. Sinar Sosro Palembang dapat dilihat dari proses pembuatan produknya itu sendiri yaitu bahan baku Teh SOSRO dipilih hanya dari pucuk daun Teh pilihan dan terbaik, yang dipetik dari perkebunan milik sendiri. Untuk Produk Teh Botol SOSRO misalnya, bahan baku yang digunakan adalah daun Teh Hijau terbaik kualitas Peko yang dicampur dengan bunga melati ( atau lebih dikenal dengan Jasmine Tea ), dan campuran gula pasir terbaik yang memilik standar warna, rasa dan ukuran yang dikontrol ketat. Adapun pengolahannya, dengan menggunakan mesin paling modern dari Jerman yang dilakukan untuk menghasilkan produk terbaik dengan standar kualitas terjaga.

Selanjutnya harga produk pada PT. Sinar Sosro Palembang terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu harga untuk agen, harga retail, dan harga untuk supermarket atau mall dan penetapan harga tersebut sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas produk dan Harga Fruit tea Terhadap Kepuasan konsumen Pada PT. Sinar Sosro Palembang”.

**1.2 Perumusan Masalah**

Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Sosro Palembang ?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Sosro Palembang.

# LANDASAN TEORI

**2.1 Pengertian Kualitas Produk**

Kotler dan Armstrong (2008 : 113) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk yang tercermin dari berbagai fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

**2.2 Indikator Kualitas produk**

Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd menyatakan apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetetifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk terdiri dari:

* *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
* *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
* *Comformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
* *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.
* *Reliability* (reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
* *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

**2.3 Pengertian Harga**

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008 : 345 ) menyatakan harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

**2.4 Indikator Harga**

Dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yang mencirikan harga yaitu (Stanton 2011 : 119)

1. Keterjangkauan harga.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

3. Daya saing harga.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

* 1. **Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kotler dalam buku Sunyoto (2013 : 35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

* 1. **Indikator Kepuasan Konsumen**

Kottler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

**2.5 Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Suharsimi, 2006:71). Suatu hipotesis akan diterima apabila data yang dikumpulkan mendukung pernyataan. Hipotesis merupakan anggapan dasar yang kemudian membuat suatu teori yang masih harus di uji kebenarannya. Jadi hipotesis merupakan jawaban sementara pernyataan–pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan masalah. Dalam kaitannya dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen diatas, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

* Variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. Sinar Sosro Palembang.

# METODE PENELITIAN

**3.1 ObjekPenelitian**

Objek yang diteliti oleh penulis yaitu PT. Sinar Sosro Palembang yang beralamat di jalan Raya Palembang, Betung KM. 18 Sukajadi Banyuasin.

**3.2 Sampel**

Sugiyono (2014:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan responden (sampel) dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik porposive sampling yaitu responden dipilih langsung berdasarkan pada kriteria tertentu (sifat, ciri-ciri, atau karakteristik dari populasi). Jadi total respoden atau sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 responden.

**Tabel 3.1**

Sampel Internal-eksaternal

|  |  |
| --- | --- |
| Internal | Eksternal |
| KUALITAS PRODUK (X1)  Manajer dan karyawan PT. Sinar Sosro Palembang :   1. Manajer produksi 2. Menajer personalia 3. Karyawan produksi 4. Karyawan produksi 5. Karyawan produksi | KUALITAS PRODUK (X1)  Konsumen Toko/kantin sekolah di palembang :   1. Konsumen toko A 2. Konsumen toko B 3. Konsumen toko C 4. Konsumen toko D 5. Konsumen toko E |
| HARGA (X2)  Manajer dan karyawan PT. Sinar Sosro Palembang :   1. Manajer pemasaran 2. Kepala gudang 3. Karyawan 4. Karyawan 5. Karyawan | HARGA (X2)  Konsumen Toko/kantin sekolah di palembang :   1. Konsumen toko A 2. Konsumen toko B 3. Konsumen toko C 4. Konsumen toko D 5. Konsumen toko E |

**Karakteristik responden (Internal)**

* + - Tercatat sebagai karyawan PT. Sinar Sosro Palembang
    - Pengalaman kerja minimal 10 tahun
    - Bekerja di bagian produksi dan pemasaran

**Karaterisik responden (Eksternal)**

* + - Tercatat sebagai retailer (pengecer)
    - Telah berkerja sama minimal 5 tahun
    - Pernah mendapatkan komplain/keluhan dari konsumen

**3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian diperlukan data yang cukup agar dapat menghasilkan suatu penelitian yang baik. Jenis data yang digunakan penulis dalam laporan ini adalah data primer dan data sekunder.

**Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri langsung dari objek yang diteliti, berupa data mentah yang masih harus diolah. Dalam penelitian ini data yang di peroleh dari hasil kuisioner dan observasi mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Sosro Palembang.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk memperoleh data dengan jalan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung secara sistematis tentang keadaan perusahaan terhadap kegiatan yang ada untuk memperoleh hasil yang sesuai sasaran.

1. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pimpinan dan pegawai yang mempunyai wewenang untuk memberikan info data yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.

1. Kuisioner

Daftar pertanyaan sistematis yang akan dibagikan kepada sampel (responden) untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian.

**Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang sudah tersedia atau data jadi dan dikumpulkan oleh pihak lain lewat dokumen yang dapat mendukung penelitian ini.

**3.4 Operasional Variabel**

**Tabel 3.3**

**Operasional Variabel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi** | **Indikator** |
| Kualitas produk (X1) | Kotler dan Amstrong (2007) menyatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi‑fungsinya, kemampuan meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan yang dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga kepada produk secara keseluruhan. | 1. Kinerja produk. 2. Kesesuaian dengan spesifikasi. 3. Daya tahan. 4. Fitur. 5. Reliabilitas. 6. Estetika. |
| Harga  (X2) | Kotler dan armstrong (2008) secara umum harga dapat diartikan sebagai jumlah keseluruhan nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat dari penggunaan atas produk dan jasa. | 1. Keterjangkauan harga. 2. Daya saing harga. 3. Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. |
| Kepuasan Konsumen (Y) | Kotler dalam buku Sunyoto (2013 : 35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. | 1. re‑purchase ( membeli kembali). 2. Menciptakan word-of‑mouth. 3. Menciptakan citra merek. 4. Mencuptakan keputusan pembelian pada perusahaanyang sama. |

**3.5 Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan adalah :

1. Deskriptif Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2010:14) Deskriptif kuantitatif adalah metode analisis yang kemungkinan dapat dinyatakan dengan angka-angka. Pada teknik ini digunakan teknik skala jawaban lebih dari dua dan diberi bobot pada masing-masing jawaban dengan susunan positif, artinya bjawaban pertama dimulai dengan bobot terbesar. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang/kelompok tentang fenomenal sosial.

Data kualitatif didapat dengan memberikan scoring terhadap jawaban dan kusioner menurut skala likert (Sugiyono:132) dengan ketentuan jawaban pegawai dikelompokkan atas sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju, kualifikasi jawaban skor dengan ketentuan sebagai berikut :

Sangat Setuju : 5

Setuju : 4

Ragu-ragu : 3

Tidak Setuju : 2

Sangat Tidak Setuju : 1

**3.6 Alat Analisis Data**

Dari hasil penelitian yang dikumpulkan maka selanjutnya dianalisis dengan metode analisis sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu angket (kuisioner). Priyatno (2014 : 51) Uji Validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin di ukur.Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas

Priyatno (2014 : 64) menyatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner.

1. Regesi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui dan menganalisa

Kualitas produk (X1), Harga (X2), terhadap Kepuasan konsumen (Y) digunakan analisis regresi linier berganda dengan rumus :

**Y = a + b1x1 + b2x2**

Ket : Y = Kepuasan Konsumen a = Konstanta

X1 = Kualitas Produk b = Koefisien Regresi

X2 = Harga

1. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui hasil seberapa jauh variabel dependen itu dijelaskan variabel independen (Priyatno 2010:66). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

R2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel dependen, sebaliknya jika R sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel dependen adalah sempurna. Analisis ini juga menggunakan bantuan program SPSS for window.

**Tabel 3.2**

**Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi**

|  |  |
| --- | --- |
| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
| 0,00 -0,19 | Sangat Lemah |
| 0,20 -0,399 | Lemah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 - 0,799 | Kuat |
| 0,80- 1,00 | Sangat Kuat |

Sugiyono (2014:184)

1. Uji F

Uji F merupakan pengujian regresi secara bersama-sama dari variabel-variabel independen (Priyatno, 2010:67). Uji hipotesis serentak ini membandingkan anatara nilai F dihitung dengan nilai F tabel pada tingkat keyakinan tertentu.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho : b1 = b2 = 0 berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha : b1 = b2 = 0 berarti ada pengaruh yang signifikan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari uji F ini akan diputuskan untuk menerima atau menolak hipotesis yang diajukan.

* Bila F dihiting < F tabel maka Ho gagal ditolak dan Ha gagal diterima, ini berarti semua variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
* Bila F dihitung > F tabel maka Ho ditolak dan Ha gagal diterima. Ini berarti semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Uji T

Uji T menurut Priyatno (2010:68) adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan ketentuan sebagai berikut :

Ho : b1 =  0, berarti tidak ada pengaruh secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha : b1 ≠ 0, berarti ada pengaruh secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji T ini dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dengan t tabel.

# 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

**4.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Membandingkan nilai *Corrected item –* Total *Correlation* dengan nilai Rtabel. Dimana pada penelitian ini Rtabel adalah sebesar 0,443 didapat dari t tabel dengan taraf signifikan 5% dan derajat kebebasan (dk) = n-2 maka, dk = 20-2 = 18 sehingga diperoleh r*tabel* sebesar 0,443 untuk semua item. Untuk mengujinya digunakan *SPSS 16 For Windows*. Berikut ini hasil uji validitas dari masing-masing item pernyataan, sebagai berikut :

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Produk)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pertanyaan | R table | R hitung | Valid/Tidak Valid |
| X1 | 0,443 | 0,748 | Valid |
| X2 | 0,443 | 0,728 | Valid |
| X3 | 0,443 | 0,491 | Valid |
| X4 | 0,443 | 0,622 | Valid |
| X5 | 0,443 | 0,797 | Valid |
| X6 | 0,443 | 0,476 | Valid |
| X7 | 0,443 | 0,594 | Valid |
| X8 | 0,443 | 0,729 | Valid |
| X9 | 0,443 | 0,832 | Valid |
| X10 | 0,443 | 0,649 | Valid |
| X11 | 0,443 | 0,763 | Valid |
| X12 | 0,443 | 0,593 | Valid |

Sumber : Data diolah

Dari hasil tabel di atas, nilai R hitung untuk 12 item pertanyaan dari variabel kualitas produk (X1) semuanya dinyatakan valid karena nilai R tabel < R hitung dengan nilai R tabel sebesar 0,443. Berikutnya dapat dilihat uji validitas variabel Harga (X2).

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Harga)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pertanyaan | R table | R hitung | Valid/Tidak Valid |
| X1 | 0,443 | 0,546 | Valid |
| X2 | 0,443 | 0,626 | Valid |
| X3 | 0,443 | 0,556 | Valid |
| X4 | 0,443 | 0,493 | Valid |
| X5 | 0,443 | 0,755 | Valid |
| X6 | 0,443 | 0,590 | Valid |
| X7 | 0,443 | 0,471 | Valid |
| X8 | 0,443 | 0,558 | Valid |

Sumber : Data diolah

Dari hasil tabel di atas, nilai R hitung untuk 8 item pertanyaan dari variabel Harga (X2) semuanya dinyatakan valid karena nilai R tabel < R hitung dengan nilai R tabel sebesar 0,443. Selanjutnya dapat dilihat uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan konsumen)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Butir Pertanyaan | R tabel | R hitung | Valid/Tidak Valid |
| X1 | 0,443 | 0,602 | Valid |
| X2 | 0,443 | 0,746 | Valid |
| X3 | 0,443 | 0,507 | Valid |
| X4 | 0,443 | 0,877 | Valid |
| X5 | 0,443 | 0,663 | Valid |
| X6 | 0,443 | 0,697 | Valid |
| X7 | 0,443 | 0,487 | Valid |

Sumber : Data diolah

Dari hasil tabel di atas, nilai R hitung untuk 8 item pertanyaan dari variabel Kepuasan konsumen (Y) semuanya dinyatakan valid karena nilai R tabel < R hitung dengan nilai R tabel sebesar 0,443.

**4.3 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk memastikan instrumen penelitian merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Alpha dibandingkan dengan R tabel, dimana R tabel 0,6

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Alpha | R table | Keterangan |
| Variabel X1 | 0,877 | 0,6 | Reliabel |
| Variabel X2 | 0,672 | 0,6 | Reliabel |
| Variabel Y | 0,770 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Data diolah

**4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana**

Berdasarkan hasil analisis untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Regresi**

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 4.410 | 4.546 |  | .970 | .346 |
| KUALITASPRODUK | .602 | .062 | .604 | 1.637 | .018 |
| HARGA | .773 | .106 | .871 | 1.305 | .015 |
| a. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN | | | |  |  |  |

**Y = 4,410 + 0,602X1 + 0,773X2**

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen a = Konstanta

X1 = Kualitas Produk b = Koefisien Regresi

X2 = Harga

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta sebesar 4,410. Hal ini berarti bahwa jika kualitas produk (X1) dan harga (X2) tetap atau tidak mengalami penambahan atau pengurangan maka kualitas produk (X1) dan harga (X2) sebesar nilai konstanta yaitu 4,410. Sedangkan nilai koefisien kualitas produk (X1) sebesar 0,602. Hal ini berarti mengandung arti bahwa setiap peningkatan kualitas produk (X1) maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,602 dengan ansumsi bahwa variabel dependent yang lain dari model regresi adalah tetap. Kemudian nilai koefisien harga (X2) sebesar 0,773. Hal ini berarti mengandung arti bahwa setiap peningkatan harga (X2) maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,773 dengan ansumsi bahwa variabel dependent yang lain dari model regresi adalah tetap.

**4.5 Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinan (R2) dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas produk dan Harga Fruit Tea terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Sosro Palembang. Untuk melihat besarnya pengaruh tersebut maka akan dilihat dari hasil perhitungan SPSS dalam *model summary*, khususnya angka R *square*. Data ini dicari dengan menggunakan *SPSS 16 For Windows.* Adapun dasar interpretasi nilai R *square* dalam model summary ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini`

Tabel 4.6

|  | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .687a | .471 | .731 | 1.533 |
| a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITASPRODUk | | | | |

Penjelasan:

1. Angka R sebesar 0.687 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel X1 (Kualitas produk) dan Variabel X2 (Harga) terhadap varibael Y (Kepuasan konsumen) adalah kuat dan positif. Nilai pada tabel model *Summary* juga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X1 dan variabel X2 dengan variabel Y adalah kuat.
2. Angka R²adalah 0.471, angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Dari angka tersebut dengan koefisien determinasi sebesar 47,1% bahwa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh hanya sebesar 47,1% sedangkan sisanya 52,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Analisis korelasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat menggunakan teknik analisis korelasi berganda dapat dilihat pada pedoman dibawah ini :

Tabel 4.7

Pedoman untuk memberikan interprestasi koefisien korelasi

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| **0,00 -1,99** | **Sangat Lemah** |
| **0,199 -0,399** | **Lemah** |
| **0,40 – 0,599** | **Sedang** |
| **0,60 - 0,799** | **Kuat** |
| **0,8 - 1,000** | **Sangat Kuat** |

* 1. **Uji T**

Berdasarkan table 4.5 di atas, didapat kualitas produk (X1) dengan nilai thitung= 1,637 dengan probabilitas sebesar 0,018 < 0,05 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. artinya ada pengaruh secara signifikan dari kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan harga (X2) nilai thitung= 1,305 dengan probabilitas sebesar 0,015 < 0,05 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh secara signifikan dari harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

**4.7 Uji F**

| **Tabel 4.8**  **Hasil Analisis Uji F** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 125.805 | 2 | 62.903 | 26.770 | .004a |
| Residual | 39.945 | 17 | 2.350 |  |  |
| Total | 165.750 | 19 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITASPRODUK | | | | |  |  |
| b. Dependent Variable: KEPUASANKONSUMEN | | | | |  |  |

Berdasarkan tabel di atas, didapat kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan Fhitung  26,770 dengan sig. Sebesar 0,004 dengan Ftabel 0,443 maka Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya ada pengaruh secara signifikan dari kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

# 5. KESIMPULAN DAN SARAN

**5.1 Kesimpulan**

Pada bab sebelumnya sudah dijelaskan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Sosro Palembang, berdasarkan uraian dan pembahasan tersebut maka bab ini penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

* Angka R sebesar 0.687 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel X1 (Kualitas produk) dan Variabel X2 (Harga) terhadap varibael Y (Kepuasan konsumen) adalah kuat dan positif. Selanjutnya angka R²adalah 0.471, dari angka tersebut dengan koefisien determinasi sebesar 47,1%. Artinya kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh hanya sebesar 47,1% sedangkan sisanya 52,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.
* Kualitas produk (X1) dengan nilai thitung= 1,637 dengan probabilitas sebesar 0,018 < 0,05 maka Hipotesis diterima. Dengan demikian ada pengaruh secara signifikan dari kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan harga (X2) nilai thitung= 1,305 dengan probabilitas sebesar 0,015 < 0,05 maka Hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh secara signifikan dari harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).
* Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh sebesar 26,770 dengan sig. Sebesar 0,004 dengan Ftabel 0,443 maka Fhitung > Ftabel maka Hipotesis diterima artinya ada pengaruh secara signifikan dari kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).
  1. **Saran**

Atas dasar temuan dari penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut :

* Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Sosro Palembang, oleh karena itu hendaknya pihak dari PT. Sinar Sosro Palembang lebih memperhatikan lagi harga dan kualitas produk mereka agar kepuasan konsumen lebih tinggi lagi.
* Bagi peneliti berikutnya yang tertarik meneliti tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen hendaknya menambahkan variabel lain agar penelitian ini lebih sempurna.

1. ***REFERENSI***
2. Amanah, Dita. 2010. Jurnal Keuangan dan Bisnis: *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery Dan Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*. Universitas Negeri Medan.
3. Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan kedua. Yogyakarta : CAPS.
4. Jho. 2014. Pengertian Produk, Definisi Kualitas Produk, dan Dimensi Kualitas Produk. <http://mulyajho.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-produk-definisi-kualitas.html>. diakses tgl 4 November 2015.
5. Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi keduabelas. Jakarta : Erlangga.
6. Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education Limited.
7. Mullin, John W, Orville C Walker. 2011. Marketing Management A Strategic Decision. Fifth edition. New York: McGraw Hill.
8. Priyatno, Duwi. 2014. Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran. Gaya Media, Yogyakarta.
9. Setyarini, Putri. 2014. Skripsi Manajemen: Analisi Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Deterjen “ATTACK EASY” Terhadap Kepuasan Konsumen di Andins Mart Gonilan Kartasura Sukoharjo. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
10. Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung.
11. Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorious dan Adriana, Dedi. 2008. Pemasaran Strategic. Yogyakarta: Andi Offset.
12. Wahyono. 2013. Pengertian, Dasar Penetapan Dan Tujuan Penetapan harga. <http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dasar-penetapan-dan-tujuan.html>. diakses tgl 4 November 2015.