

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE AND SERVICE QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION
(STUDY AT UD. FERTILE JAYA FURNITURE SAMARINDA)***

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA UD. SUBUR JAYA MEBEL SAMARINDA)**

Nopiana Indah Sari¹, Lailatul Hijrah²

Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman^{1,2}

nopianaindahh@gmail.com¹, lailatul.hijrah1984@gmail.com²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence on UD. Subur Jaya Mebel Samarinda. The method used is a quantitative method. The sampling technique in this research used a probability sampling technique, with an accidental sampling method with a sample size of 110 respondents. Data collection techniques use literature review data using journals and previous research as well as direct data collection in the field, namely by observation and questionnaires. The results of this research conclude that Product Quality (X1) and Price (X2) and Service Quality (X3) simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. Then partially Product Quality (X1) has a significant effect on consumer satisfaction, and the Price variable (X2) partially has no significant effect on consumer satisfaction, and Service Quality (X3) partially has a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pada UD. Subur Jaya Mebel Samarinda. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, dengan metode accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan data tinjauan kepustakaan dengan menggunakan jurnal dan penelitian terdahulu serta pengumpulan data langsung dilapangan yaitu dengan observasi dan kuisioner. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) serta Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel Harga (X2) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat, baik dari segi tingkat persaingan antar perusahaan maupun strategi pemasaran yang digunakan. Salah satunya persaingan pada bidang properti. Berbagai macam produk properti yang dijual pasaran, salah satunya yang sering kita lihat adalah mebel. Menurut arif (2014) hal ini dikarenakan industri mebel di Indonesia masih memiliki pamor yang mengkilap di pentas perdagangan dunia. Sehingga dengan banyaknya produsen mebel yang berkembang di Indonesia

membuat para pelaku usaha dalam sektor ini harus mampu bersaing untuk menguasai pasar.

Banyak strategi yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen misalnya dengan menekankan faktor harga. Pada umumnya konsumen akan memilih perusahaan yang menawarkan produk dengan harga yang cukup rendah. Menurut Kotler (2015), harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau

jasa. Selain harga, kualitas produk juga merupakan strategi dalam meningkatkan kepuasan pada konsumen yakni dengan memperhatikan elemen pada produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah sekumpulan fitur dan karakteristik produk atau jasa dalam kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan yang tersirat. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan dalam menarik kepuasan pada konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus didukung dengan fasilitas yang memadai, dan etika ataupun sopan santun. Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga faktor yaitu sistem, teknologi dan manusia.

Pada saat ini di Samarinda sudah banyak yang membuka usaha-usaha mebel, salah satunya adalah UD. Subur Jaya Mebel. Awalnya UD. Subur Jaya Mebel hanya menjual berbagai macam produk bantal dan kasur, namun dengan seiring berjalannya waktu UD. Subur Jaya Mebel mulai mengembangkan usahanya dengan memproduksi berbagai jenis lemari dari bahan baku aluminium dan pengerjaan produk pesanan biasanya dilakukan dalam jangka waktu 3-4 hari hal ini tentu saja untuk itu ada penambahan tenaga kerja. Produk yang dihasilkan dapat di distribusikan tidak hanya di dalam kota Samarinda saja, kini dapat di distribusikan ke luar kota seperti Tenggarong, Balikpapan, Sangatta, Bontang, Kota Bangun, dan Handil. Upaya yang dilakukan UD. Subur Jaya Mebel untuk memberikan kepuasan pada konsumen ialah dengan mengutamakan kualitas produk, harga, serta kualitas pelayanan yang ada agar dapat meningkatkan kepuasan pada konsumen. Kepuasan konsumen yang diberikan tentunya akan bermanfaat bagi UD. Subur Jaya Mebel karena

dengan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk melakukan pembelian kembali dan kepuasan juga akan mendorong komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang diberikan konsumen yang puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan (Daryanto dan Setyobudi, 2014). Namun, berdasarkan prasurvei langsung yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa konsumen UD. Subur Jaya Mebel. Peneliti mendapatkan informasi bahwa masih terdapat kendala yakni pada kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang dikeluhkan oleh konsumen.

Dea *et al.*, (2020) berpendapat bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini, maka pemilik usaha diharapkan untuk dapat selalu memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan pada konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang kuantitatif. Populasi dan sampelnya adalah para konsumen yang melakukan pembelian di UD. Subur Jaya Mebel. karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2017). Menggunakan teknik *probability sampling*, dengan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan data tinjauan kepustakaan

dengan menggunakan jurnal dan penelitian terdahulu serta pengumpulan data langsung dilapangan yaitu dengan observasi dan kuisisioner. Seluruh variabel independen dan dependen akan dianalisa menggunakan program Aplikasi SPSS versi 23 Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert. Untuk teknik analisa data dilakukan dengan beberapa cara seperti berikut, untuk uji instrumen peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas untuk mendapatkan instrumen yang valid dan reliabel. Selanjutnya setelah mendapat instrumen yang valid dan reliabel peneliti melakukan uji prasarat hipotesis dengan melakukan uji normalitas dan uji Heteroskedastisitas veriabel. Untuk uji hipotesis peneliti melakukan uji simultan (uji F), Uji Parsial (Uji t) dan Uji Determinasi R2.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1.	Kualitas Produk	Keandalan produk	-Keawetan produk -Produk sesuai kebutuhan konsumen
		Daya tahan produk	-Produk tidak mudah rusak -Produk dapat digunakan lebih dari 5tahun
		Estetika Produk	-Desain produk menarik -Tampilan produk bervariasi
2.	Harga	Keterjangkauan harga	-Harga sesuai dengan daya beli -Harga yang terjangkau
		Daya saing harga	-Perbedaan harga produk dengan pesaing -Harga produk yang dapat bersaing
		Harga sesuai kualitas	-Kualitas yang diberikan produk
		Harga sesuai manfaat	-Manfaat yang diberikan produk
3.	Kualitas Pelayanan	Keandalan (Relability)	-Pengiriman produk tepat waktu -Kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan
		Ketanggapan (Responsiveness)	-Kemampuan menguasai informasi -Kemampuan memberikan respon dengan cepat

		Empati (<i>Emphaty</i>)	-Kemampuan dalam melayani konsumen -Kemampuan memberikan keramahan pada konsumen
4.	Kepuasan Konsumen	Kesesuaian harapan	-Perasaan setelah membeli -Produk sesuai dengan harapan
		Minat berkunjung kembali	-Kesediaan melakukan pembelian kembali
		Kesediaan merekomendasikan	-Kesediaan merekomendasikan ke orang lain

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen yang terdiri dari Kualitas produk (X1), dan Harga (X2), serta Kualitas pelayanan (X3) terhadap Kepuasan konsumen (Y). adapun hasil uji analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,891	1,543		1,874	,064
Kualitas Produk	,357	,063	,380	5,715	,000
Harga	,026	,058	,027	,441	,660
Kualitas Pelayanan	,378	,046	,548	8,266	,000

a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber data diolah dari SPSS Versi 23, 2023

Data diatas menunjukkan bahwa *Coefficients* bagian B diperoleh persamaan linear sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 2,891 + 0,357x_1 + 0,026x_2 = 0,378x_3$$

Pada persamaan regresi tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Konstanta (a) = 2,891

Jika variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan

(X3) tanpa mengalami perubahan tetap maka variabel kepuasan konsumen (Y) di UD. Subur Jaya Mebel tidak akan mengalami perubahan (Konstanta).

- b. Kualiatas Produk (X1) = 0,357
Jika ada penambahan satu-satuan variabel kualitas produk (X1) terdapat kepuasan konsumen (Y) di UD. Subur Jaya Mebel akan mengalami peningkatan sebesar 0,357.
- c. Harga (X2) = 0,026
Jika ada penambahan satu-satuan variabel harga (X2) terdapat kepuasan konsumen (Y) di UD. Subur Jaya Mebel akan mengalami peningkatan sebesar 0,026.
- d. Kualitas Pelayanan = 0,378
Jika ada penambahan satu-satuan variabel kualitas pelayanan (X3) terdapat kepuasan konsumen (Y) di UD. Subur Jaya Mebel akan mengalami peningkatan sebesar 0,378.

Uji t (Parsial) dan Uji F (Simultan)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berdasarkan uji t sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,891	1,543		1,874	,064
Kualitas Produk	,357	,063	,380	5,715	,000
Harga	,026	,058	,027	,441	,660
Kualitas Pelayanan	,378	,046	,548	8,266	,000

- a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen
Sumber data diolah dari SPSS Versi 23, 2023
- 1. Kualitas Produk : Menunjukkan berpengaruh signifikan (X1) terhadap (Y) dengan perolehan nilai yang didapat :
 $T_{hitung} = 5,715 > T_{tabel} = 1,658$

2. Harga : Menunjukkan tidak berpengaruh terhadap signifikan (X2) terhadap (Y) dengan perolehan nilai yang didapat :

$$T_{hitung} = 0,441 < T_{tabel} = 1,658$$

3. Kualitas Pelayanan : Menunjukkan berpengaruh signifikan (X3) terhadap (Y) dengan perolehan nilai yang didapat :

$$T_{hitung} = 8,266 > T_{tabel} = 1,658$$

4. Menunjukkan berpengaruh signifikan (X1) terhadap (Y) dengan perolehan nilai yang didapat :

$$T_{hitung} = 5,715 > T_{tabel} = 1,658$$

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Uji F sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	349,667	3	116,559	77,504	,000 ^b
Regression	159,414	106	1,504		
Residual	509,091	109			
Total					

- a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen
- b. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk
Sumber data diolah dari SPSS Versi 23, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 77,504 dan F_{tabel} diperoleh hasil sebesar 3,08 berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan diperoleh hasil signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian variabel kualitas produk dan harga serta kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Subur Jaya Mebel sehingga dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di UD. Subur Jaya Mebel Samarinda. Hal ini dapat diartikan, hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Subur Jaya Mebel. Kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau dengan adanya kualitas pelayanan yang baik tentunya tidak akan mengecewakan konsumen, sebaliknya jika kualitas produk yang rendah dengan harga yang kurang terjangkau dan kualitas pelayanan yang buruk maka akan membuat konsumen tidak puas. Hal ini dibuktikan dengan sejumlah penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2016), yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di UD. Subur Jaya Mebel. Hal ini artinya dengan harga terjangkau yang diberikan oleh UD. Subur Jaya Mebel kepada konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan teori yang didapatkan menurut Tjiptono (2014) Harga merupakan faktor yang secara langsung mempengaruhi keuntungan suatu perusahaan. Dari sudut pandang konsumen, penetapan harga kini lebih umum digunakan sebagai indikator nilai ketika harga tersebut dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dari suatu

produk atau jasa. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar dan Duriani (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu” adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan pada variabel harga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di UD. Subur Jaya Mebel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen seperti pada keandalan dan ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen dengan baik. Peningkatan pada kualitas pelayanan merupakan strategi penting untuk mencapai kepuasan pelayanan yang tinggi dan untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif di pasar (Albayrak, 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desafitri *et al.*, (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Uptown Brew, Greenlake City, Tangerang” penelitian ini mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP Kesimpulan

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada UD. Subur Jaya Mebel Samarinda.
2. Harga (X2) tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada UD. Subur Jaya Mebel Samarinda.
3. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada UD. Subur Jaya Mebel Samarinda.

DAFTAR PUSTAKA

- Tajuddin, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mitra Bangunan Di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu*. Universitas Muhammadiyah palopo.
- Abosag, I., & Ramadan. (2020). Customers' need for uniqueness theory versus brand congruence theory: The impact on satisfaction with social network sites. *Journal of Business Research*, 117, 862–872.
- Apriasty et.al. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747.
- Cahyani et.al. (2016). Pengaruh Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Desafitri et.al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Uptown Brew, Greenlake City, Tangerang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 402–408.
- Madiistriyatno, H., & Nurzaman, F. (2020). The Impact of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of PD Jamu Seduh Utama Pamanukan. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 23(2), 639–643.
- Muttalib et.al. (2017). Pengaruh Faktor Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Output Marginal pada Pander Jaya Mebel. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 1(2), 130–139.
- Rufliansah, F. F., & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401.
- Rustandi, I. (2021). The Effect of Product Development and Product Quality on Consumer Satisfaction at PT. Langgeng Perkasa in Cikarang. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 470–480.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Rustiana et.al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 25–43.

Setiawan et.al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 64–77.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>