

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VIRGIN COCONUT OIL (VCO) DI UD. ONO NIHA OIL DESA SONDRERGEASI KECAMATAN LUAHAGUNDRE MANIAMOLO

Betty Carolin Hulu
Universitas Nias Raya
bettycarolinhulu@gmail.com

ABSTRAK

Ruang lingkup penelitian ini adalah analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Virgin Coconut Oil (VCO) di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Virgin Coconut Oil (VCO) di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dimana $Y = 3,739 + 1,007X_1 + 0,106X_2$. Jenis data yang digunakan berdasarkan sumbernya adalah data primer, berdasarkan sifatnya adalah data kuantitatif dan teknik pengumpulan data bersifat kuesioner tertutup. Hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Secara simultan harga dan kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Dimana nilai R^2 sebesar 0,806 (80,6%) artinya 81% variabel harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 19% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam model.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

A. PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Pengaruh dari perkembangan zaman tersebut banyak sekali bermunculan produk baik barang maupun jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan

jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen.

Perusahaan yang mampu memahami perilaku pembelian konsumen, mereka yang akan memenangkan persaingan. Dengan demikian perusahaan harus mampu memahami perilaku

konsumen pada pasar sasarannya. Perusahaan yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana melakukan strategi-strategi yang efektif untuk memberi kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap harga, fasilitas dan kualitas produk. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi.

Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, kepuasan telah menjadi subyek dari beberapa penelitian konsumen yang dilakukan cukup gencar oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah keinginan konsumen yang sebenarnya. Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan

tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang *loyal* (setia) sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Menurut Tjiptono (2006 : 178), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen, perusahaan harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen. Sehingga perusahaan dapat melakukan transaksi jual beli secara lancar.

Selain penentuan dan penetapan harga jualnya sehingga dapat diterima oleh konsumen perusahaan juga tidak boleh mengabaikan kualitas produk tersebut karena kepuasan konsumen juga ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2007:347), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk

untuk melakukan fungsi – fungsinya; kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan konsumen yang membelinya. Sehingga diharapkan konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Virgin Coconut Oil (VCO) merupakan minyak kelapa murni yang dihasilkan dari daging buah kelapa tua yang segar. VCO memiliki kualitas jauh lebih baik ketimbang minyak kelapa yang biasa untuk menggoreng. Minyak VCO murni banyak digunakan dalam industri farmasi, kosmetika, susu formula, maupun sebagai minyak goreng mutu tinggi. Minyak VCO juga dapat menanggulangi beragam penyakit pada manusia.

Seperti halnya di Nias Selatan terdapat produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) Ono Niha. VCO Ono Niha ini adalah merupakan kreasi masyarakat Nias Selatan yang sudah bertahun-tahun lamanya. VCO

Ono Niha ini telah berdiri sejak tahun 2011 yang berlokasi di Desa Sondregeasi, Kecamatan Luahagundre Maniamolo, Kabupaten Nias Selatan. Minyak VCO Ono Niha telah mendapat label Halal dari Majelis Ulama Indonesia dan juga telah mendapat izin dari BPOM. Jadi Minyak VCO aman untuk dikonsumsi dan untuk dijadikan minyak urut.

Berdasarkan survei beberapa konsumen merasa puas menggunakan minyak VCO karena memiliki banyak manfaat seperti mencegah penyakit seperti kanker, diabetes, menurunkan kolesterol, obesitas dan lainnya. Namun terkadang UD. Ono Niha Oil kesulitan mendapatkan kelapa yang bagus karena kelapa yang digunakan sebagai bahan VCO adalah jenis kelapa yang tidak muda tapi juga tidak terlalu tua sehingga hal itu menyebabkan konsumen harus menunggu beberapa waktu. Selain itu, VCO Ono Niha hanya menjual takaran 100 ml dengan harga Rp. 20.000/botol dan takaran 500 ml seharga Rp 75.000/botol. Harga tersebut masih tergolong mahal terutama bagi masyarakat menengah ke bawah sehingga masyarakat enggan untuk membeli. Selain manfaat yang banyak, penggunaan VCO yang

berlebihan juga akan dapat menimbulkan beberapa efek samping seperti, diare, alergi dan juga kerusakan hati.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut, dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) terhadap kepuasan konsumen di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo”**.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah penelitian yang hanya ditekankan pada “ Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo”.

Berdasarkan batasan masalah diatas, adapun rumusan masalahnya yaitu “ adakah Pengaruh Harga dan Kualitas Produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo”.

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan diatas, adapun tujuan penelitian yaitu “ untuk mengetahui adakah

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo”.

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab yaitu : Bab satu membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan skripsi. Bab dua memuat teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan atau landasan dalam pembahasan pada kerangka konseptual, kerangka teori, indikator variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian. Bab tiga membahas tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, pengujian instrumen penelitian, pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Bab empat membahas tentang hasil dan pembahasan yaitu terdiri dari deskriptif data variabel penelitian, pengujian asumsi klasik, pengujian hipotesis serta analisis dan pembahasan.

Bab lima membahas tentang kesimpulan dan saran.

B. TINJAUAN LITERATUR

Konsep Harga

Harga adalah segala bentuk biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk sehingga harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Menurut Tjiptono (2008:151) "harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa". Selain itu menurut Simamora (2001:24) "harga ialah nilai uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan". Selanjutnya Kotler (2005:439) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa.

Berdasarkan teori para ahli diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa harga merupakan suatu nilai uang yang harus dikeluarkan atau ditukarkan konsumen untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk yang ditawarkan.

Konsep Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut Handoko (2002 : 23) "kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan". Selain itu menurut Tjiptono (2000:4) Kualitas adalah "suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan". Dan menurut Anoraga (2001:16) "kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya".

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis atau kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya dalam memenuhi ataupun melebihi harapan konsumen.

Konsep Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Seperti menurut Kotler dan Keller(2009: 138) “Kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang disajikan dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen “. Selain itu, menurut Oliver dalam Amanah(2010:79), kepuasan adalah tanggapan konsumen atas terpenuhi kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang ataupun jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan konsumen. Selanjutnya menurut Sangadji dan Sopiah (2013:181), “kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan

bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang disajikan dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Penelitian Terdahulu

Eriyanto Prasetyo Nugroho (2018) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Notebook* Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna *notebook* Acer. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini bahwa harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

Christian Hari Nugroho dkk (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SFA Steak& Resto Di Klodran Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh

Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SFA Steak& Resto Di Klodran Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei, karena peneliti ingin mengumpulkan informasi terhadap konsumen pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar. Hasil dari penelitian ini bahwa harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar sedangkan kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Albertus Ferry Rostya Adi (2012) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel independen tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 pelanggan Waroeng Spesial Sambal yang diperoleh dengan

menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t, sedangkan angka Adjusted R Square sebesar 0,521 menunjukkan 52,1% variasi kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang yang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, dimana sisanya 47,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Dita Amanah (2010) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop.

Sorimawati Buulolo (2018) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Yulusman Lahusa Kabupaten Nias Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di UD. Yulusman Lahusa Kabupaten Nias Selatan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0,285 dan nilai thitung 2,483 > ttabel 1.683. (2) harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (β_2) 0,588 dan nilai thitung 4,558 > ttabel 1.683 (3) kualitas produk dan harga bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi Fhitung 50,638 > nilai Ftabel 3.226 pada df : n-k-1 (44-2-1) =41 dengan $\alpha = 5\%$ (0,05).

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010:13) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, di gunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisi data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Artinya data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui penyebaran angket kepada seluruh konsumen.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu cara menjelaskan hasil penelitian yang menggunakan rumus persamaan matematis dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X dengan Y.

Analisis linier berganda digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas (harga dan kualitas produk) dan 1 variabel terikat (kepuasan konsumen). Model regresi yang digunakan adalah :

$$Y = f(X_1, X_2)$$

Atau persamaan regresi liniernya sebagai berikut (Setiawan dan Kusrini 2010:61)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi

X_1, X_2 = Variabel bebas (Harga dan Kualitas Produk)

e = Faktor pengganggu (error)

Untuk mengestimasi koefisien regresinya persamaan diatas diregresi menggunakan persamaan berikut (Supranto, 2009:240) ;

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 +$$

$$\beta_2 X_2$$

Keterangan

Y = Variabel terikat yang diprediksikan

β_0 = Konstanta

$X_1 X_2$ = Variabel bebas

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi

Nilai koefisien regresi dan konstanta dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Supranto, 2009:243):

$$\beta_0 = Y - \beta_1 X_1 - \beta_2 X_2$$

Keterangan

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi yang diprediksikan

Y = Rata-rata Y

X_1 = Rata-rata X_1

X_2 = Rata-rata X_2

$$\beta_1 =$$

$$\frac{(\sum yx_1)(\sum x_2^2) - (\sum yx_2)(\sum x_1x_2)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$\beta_2 =$$

$$\frac{(\sum yx_2)(\sum x_1^2) - (\sum yx_1)(\sum x_1x_2)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

Keterangan

β = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi yang diprediksikan

y = Selisih nilai Y dengan nilai $\hat{Y}$

x_1 = Selisih nilai X_1 dengan nilai $\hat{Y}$

Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel, maka instrumen penelitian terlebih dahulu dilakukan uji coba agar

diperoleh instrumen yang valid dan reliabel dan selanjutnya dilakukan uji validitas untuk memastikan instrumen penelitian sebagai alat ukur yang akurat dan terpercaya. Syarat minimum untuk dinyatakan valid adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam penelitian ini pengujian yang digunakan adalah *Korelasi Bifariate Pearson* (Produk Moment Person). Menurut Umar (2009 : 166) bahwa koefisien korelasi item total dengan *Bifariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2} \sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

x = Jumlah butir skor soal

y = Jumlah skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$(\sum X)^2$ = Jumlah kuadrat skor total

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan setelah diuji validitas data untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur dapat diandalkan dan tetap konsisten pada data yang diperoleh. Salah

satu teknik yang dapat digunakan adalah dengan metode konsistensi internal, dalam hal ini digunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (G). Menurut Umar (2000 : 207) suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Kemudian jumlah varian butir soal ditetapkan dengan cara mencari nilai varian setiap butir, selanjutnya dijumlahkan dengan rumus deviasi standar (Umar, 2009 : 172) :

$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n-1}$$

Keterangan :

α = Realiabilitas (Koefisien Alfa)

k = Banyaknya butir item/soal

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians butir soal

S_t^2 = Varians total

n = Jumlah responden

S^2 = Deviasi standar

x = Nilai skor yang dipilih

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan metode *ordinary last square* (OLS) yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui dari 32 orang responden yang diteliti merupakan konsumen yang pernah berbelanja di UD. Ono Niha Oil. Untuk meneliti pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen terlebih dahulu peneliti menyebarkan kuesioner penelitian yang selanjutnya diteruskan pada tahap uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabel. Pada uji validitas semua item kuesioner masing-masing variabel adalah valid. Hal ini dapat diketahui dari hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan layak digunakan sebagai alat ukur variabel. Selanjutnya uji reliabel pada masing-masing variabel penelitian, semua item kuesioner adalah reliabel, dimana koefisien *Cronbach's Alpha* diatas 0,60 sehingga dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan aplikasi

SPSS diperoleh hasil regresi linier berganda yang menunjukkan hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas pada tabel berikut :

Tabel
Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.739	4.196		.891	.380
Harga	1.007	.113	.965	8.886	.000
Kualitas Produk	0.106	.109	.106	0.981	.335

a. Dependent Variable:

Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan Aplikasi SPSS 16.0 for Windows Evaluation Version

Dengan persamaan regresi :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 3,739 + 1,007X_1 + 0,106X_2$$

Keterangan

Y = Variabel terikat yang diprediksikan

a = 3,739

β_1 = 1,007

$$\beta_2 = 0,106$$

X_1X_2 = Variabel bebas

Dari persamaan regresi linier diatas, koefisien regresi untuk (β_1) sebesar 1,007 artinya setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada harga dengan asumsi variabel tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 1,007 dan t_{hitung} untuk X_1 sebesar 8,886. Selanjutnya koefisien regresi untuk (β_2) sebesar 0,106 artinya setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada kualitas produk dengan asumsi variabel tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,106 dan t_{hitung} untuk X_1 sebesar 0,981.

Secara parsial ditemukan variabel bebas X_1 (harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan konsumen) dengan nilai $t_{hitung}(8,886) > t_{tabel} (1,699)$. Dan, variabel bebas X_2 (kualitas produk) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan konsumen) dengan nilai $(0,981) < t_{tabel} (1,699)$. Hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa variabel bebas harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) yang

ditunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 60.412 > nilai F_{tabel} sebesar 3.295 dan diperoleh nilai R^2 sebesar 0,806 (80,6%) artinya 81% variabel bebas (harga dan kualitas produk) dapat mempengaruhi variabel terikat (kepuasan konsumen) sedangkan sisanya sebesar 19% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam model.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu mempunyai kesamaan hasil penelitian salah satunya yaitu hasil penelitian Eriyanto Prasetyo Nugroho (2018) yang melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Notebook Acer* (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi). Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini bahwa harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa harga dan

kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Virgin Coconut Oil* (VCO) di UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi Kecamatan Luahagundre Maniamolo. Hal ini dapat dilihat pada nilai regresi $Y = 3,739 + 1,007X_1 + 0,106X_2$ dan hasil pengujian hipotesis dibawah ini :

1. Berdasarkan nilai t_{hitung} harga sebesar $8,886 > t_{tabel} 1,699$ pada tingkat $\alpha = 5\%$, dimana $df = n-k-1$ ($32-2-1=29$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_1 (harga) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan konsumen) pada UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi.
2. Berdasarkan nilai t_{hitung} kualitas produk (X_2) sebesar $0,981 < t_{tabel} 1,699$ pada tingkat $\alpha = 5\%$, dimana $df = n-k-1$ ($32-2-1=29$) dan tingkat signifikan sebesar $0,335 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_2 (kualitas produk) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan konsumen) pada UD. Ono Niha Oil Desa Sondregeasi.
3. Berdasarkan nilai F_{hitung} sebesar $60,412 >$

nilai F_{tabel} sebesar 3.295 pada df numerator 2, df deminator 32 pada $\alpha = 0,05$ (5%) artinya semua variabel bebas (harga dan kualitas produk) secara simultan mampu mempengaruhi variabel terikatnya (kepuasan konsumen).

F. DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Albertus. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari). *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Akbar, Muhammad. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampung Kidz Kota Batu). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Amanah, Dita. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap

- Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakaery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*. Volume 2 No. 1.
- Anoraga. 2001. *Manajemen Bisnis*. Cetakan kesatu. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaraan Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Buulolo, Sorimawati. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Yulusman Lahusa Kabupaten Nias Selatan. *Skripsi*. Nias Selatan : Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Damodar N. Gujarati. 2007. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta : Erlangga.
- Handoko, Hani. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta. BPFE.
- Kotler dan Armstrong. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- . 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jilid Kesatu. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua Belas Jakarta: Indeks.
- . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Bumi : Aksara.
- Nugroho, P. Eriyanto. 2018. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Nugroho, Christian dkk. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SFA Steak & Resto di Klodran Karanganyar. *Skripsi*. Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi.

- Prasetio, Ari. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*. Volume 1 (4).
- Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Ahli Bahasa Drs. Zoelkifli Kasip. Jakarta: Gramedia.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- STIE Nias Selatan. 2017. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. STIE Nias Selatan. Telukdalam.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sumarni, dkk. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta : Liberty.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit : Alfabeta.
- , 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. 2008. *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi dengan Microsoft Excel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swastha, Basu & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swashta, Basu. 2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- , 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- , 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi.
- , 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 2. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- , 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- William, Stanton. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid 1. Jakarta: Erlangga,

