

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mutiara Textile Tanah Abang Jakarta Pusat

Mutmainnah

Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia dosen01720@unpam.ac.id

Ahmad Dimiyati

Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia dosen01703@unpam.ac.id

Ma'fiah

Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia dosen01706@unpam.ac.id

*Corresponding Author

Info Artikel: Dikirim: 15-10-2022; Direvisi: 30-10-2022; Diterima: 20-11-2022

Cara citasi: Rukhmana, Trisna. (2022). **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mutiara Textile Tanah Abang Jakarta Pusat**. *JPIIn: Jurnal Pendidik Indonesia*, vol(05), 02-2022

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen serta pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen obat herbal di Toko Mutiara Textile. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Toko Mutiara Textile dengan jumlah sampel yang digunakan 98 pelanggan dengan menggunakan metode slovin. Dalam mengumpulkan data menggunakan teknik wawancara dan penyebaran angket kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji signifikansi koefisien (Uji t dan Uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menunjukkan hasil uji $t_{hitung} = 3,935$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98525$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi 0,000. secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menunjukkan hasil $t_{hitung} = 4,607$ sedangkan $t_{tabel} = 1,98525$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikansi 0,000. secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menunjukkan $F_{hitung} = 26,447$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,09$ dengan signifikan 0,0000. maka dapat dikatakan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,344, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 34,40% sedangkan sisanya sebesar 65,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini diperoleh hasil koefisien regresi linier berganda sebesar $Y = 7,815 + 0,335X1 + 0,543X2 + e$.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Kepuasan konsumen

Abstract. This study aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction, determine the effect of price on consumer satisfaction and the effect of product quality and price on consumer satisfaction of herbal medicines at Mutiara Textile Shop. The type of research used in this research is quantitative. The population in this study are consumers who shop at Mutiara Textile Shop with a total sample of 98 customers using the slovin method. In collecting data using interview techniques and distributing questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and coefficient significance test (t test and f test). The results showed that, partially the product quality variable had a significant effect on consumer satisfaction by showing the results of the t-test = 3.935 while t-table = 1.98525 (tcount > ttable) with a significance level of 0.000. partially the price variable has a significant effect on consumer satisfaction by showing the results of tcount = 4.607 while ttable = 1.98525 (tcount > ttable) with a significance level of 0.000. Simultaneously, product quality and price variables have a significant effect on consumer satisfaction by showing Fcount = 26,447 which is greater than Ftable = 3,09 with a significance of 0,000. it can be said that product quality and price simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. the coefficient of determination is 0.344, it can be concluded that product quality (X1) and price (X2) affect consumer satisfaction (Y) by 34.40% while the remaining 65.60% is influenced by other factors not tested in this study. In this study, the results of the multiple linear regression coefficient of $Y = 7,815 + 0,335X1 + 0,543X2 + e$.

Keywords: *Product quality, price, consumer satisfaction*

Pendahuluan (12pt, bold)

Perusahaan harus meningkatkan kinerja dalam proses pemberian informasi. Penentuan target yang tepat, program-program target, dan potongan harga yang lebih efektif sebagai atribut yang berhubungan langsung dengan keputusan konsumen dalam pembelian harus segera di tingkatkan dan diperbaiki agar dapat tercapainya kesuksesan dalam penjualan di masa mendatang, selain itu kebijakan dalam bisnis sangatlah diperlukan untuk keberlangsungan bisnis itu sendiri terutama bagi bisnis perusahaan.

Untuk mencapai sebuah strategi yang telah ditetapkan oleh perusahaan dalam rangka mempunyai keunggulan kompetitif, maka para pimpinan perusahaan dalam para manajer, haruslah bekerja dalam sebuah *system* yang ada pada proses perencanaan strategi. Kemampuan dan keunggulan perusahaan harus di pergunakan secara tepat, sehingga dapat menjadi sebuah keunggulan dalam memajukan bisnis perusahaan.

Tabel 1.1

Data Penjualan pada Toko Mutiara Textile tahun 2017-2019

Tahun	Hasil Penjualan (Rp)	Target Penjualan (Rp)	Pencapaian Target (%)
2017	Rp. 417.618.000	Rp. 402.050.000	104%
2018	Rp. 699.619.000	Rp. 499.100.000	107%
2019	Rp. 288.404.600	Rp. 379.500.000	76%

Sumber : Mutiara Textile

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut terdapat penurunan target di tahun 2019, penjualan tidak mencapai target. Tetapi di tahun 2017 ke tahun 2018 terdapat kenaikan target penjualan yang sangat meningkat hingga 107%. Berdasarkan hal ini penurunan yang terjadi pada penjualan di tahun 2019 kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak sesuai dengan harapan, sehingga menyebabkan penjualan yang tidak maksimal.

Dalam hal ini kebijakan yang diambil Toko Mutiara Textile masih belum memaksimalkan penjualan karena beberapa faktor seperti peraturan-peraturan, sasaran-sasaran penjualan, dan tata kelola yang belum dimaksimalkan sehingga menjadi masalah pada tingkat penjualan produknya. Karena kebijakan manajemen dalam perencanaan harus memperhatikan hal hal yang berhubungan dengan produk atau barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut seperti trend penjualan, harga produk, disertifikasi produk kualitas produk, dan desain produk yang perlu dimaksimalkan.

Walaupun telah melakukan inovasi dalam produknya, jumlah penjualan dari Toko Mutiara Textile mengalami penurunan. Berikut beberapa data penjualan dari Toko Mutiara Textile selama kurun waktu 3 tahun terakhir.

Tabel 1.2
Volume penjualan 2017-2019 Mutiara Textile

Tahun	Jumlah Barang
2017	2.900pcs
2018	2.531pcs
2019	1.801pcs

Sumber : Mutiara Textile

Dari tabel 1.2 dapat di lihat penjualan dari tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami penurunan Toko Mutiara Textile mengandalkan pada *repeat order* pelanggan-pelanggannya karena dengan semakin sering pelanggan tersebut menggunakan kembali produk yang dihasilkan Mutiara Textile maka

seharusnya pelanggan akan semakin terikat dengan perusahaan. Namun hasil data tersebut menunjukkan adanya penurunan jumlah pelanggan yang berarti bahwa pelanggan Mutiara Textile memutuskan untuk tidak menggunakan kembali produk Mutiara Textile karena faktor baik dari internal maupun eksternal.

Untuk mengetahui barang dan harga yang dihasilkan Mutiara Textile penulis melakukan wawancara atau observasi terlebih dahulu guna mengetahui barang dan harga yang diberikan Mutiara Textile. Dan berikut adalah daftar harga penjualan dan kualitas produk pada Toko Mutiara Textile.

Tabel 1.3
Daftar Harga Dan Kualitas Produk Mutiara Textile

Nama Produk	Harga Per Meter	Kualitas Produk
Brokat	Rp. 30.000	Sangat Baik
Sifon	Rp. 20.000	Sangat Baik
Katun	Rp. 35.000	Sangat Baik
Batik	Rp. 30.000	Sangat Baik

Sumber: Mutiara Textile

Tabel 1.3 memperlihatkan beberapa daftar harga yang dijual oleh Toko Mutiara Textile mulai dari harga yang murah hingga yang mahal. Dan kualitas yang sesuai dengan harga. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan harga yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat.

Berikut adalah data perbandingan harga jual produk yang sama antara Mutiara Textile dengan Lestari Textile :

Tabel 1.4
Data Perbandingan Mutiara Textile dengan pesaing

Mutiara Textile	Harga per meter	Lestari Textile	Harga per meter
Brokat	Rp. 30.000	Brokat	Rp. 25.000
Sifon	Rp. 20.000	Sifon	Rp. 20.000
Katun	Rp. 35.000	Katun	Rp. 30.000
Batik	Rp. 30.000	Batik	Rp. 25.000

Sumber : Mutiara Textile

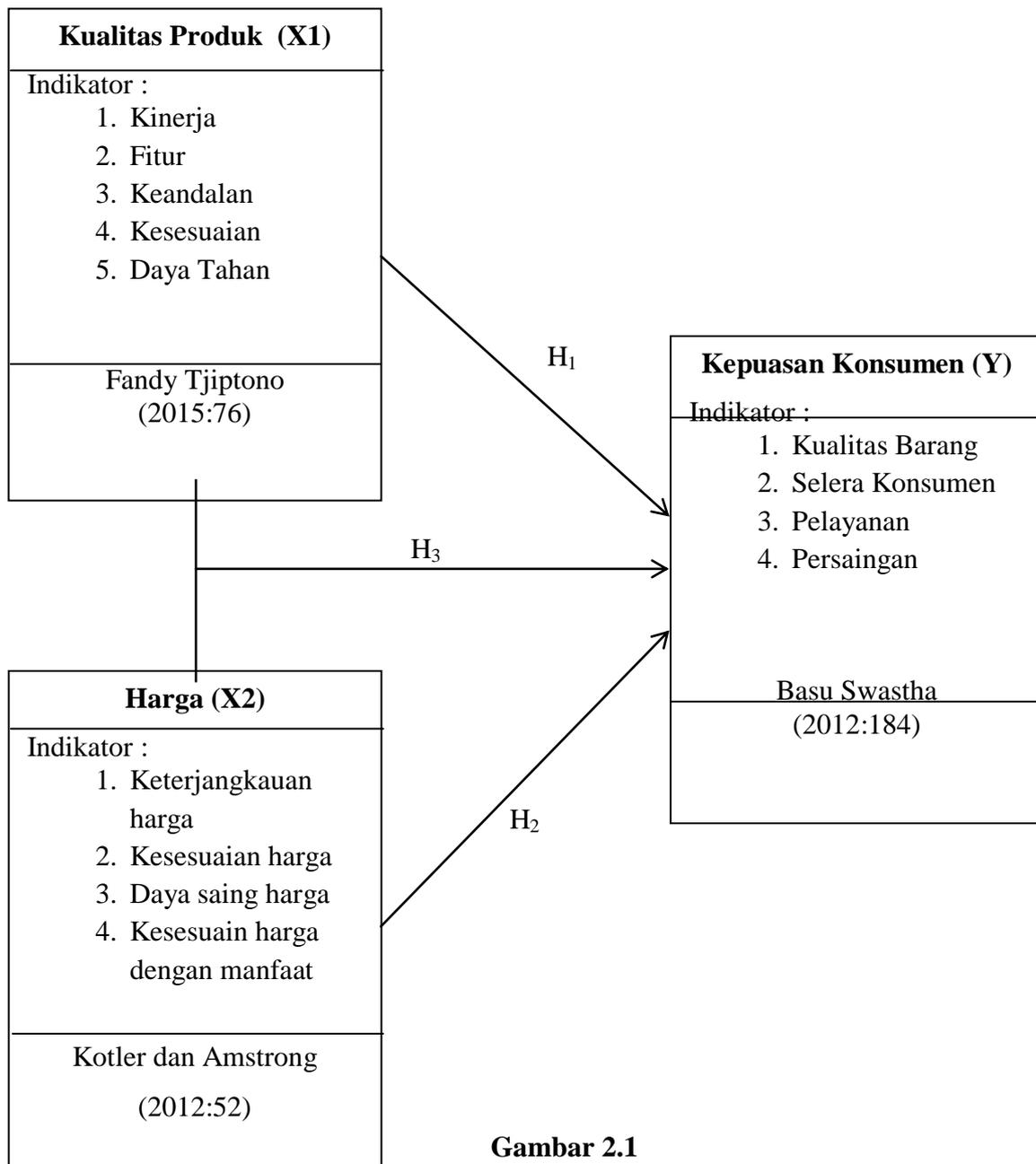
Tabel 1.4 memperlihatkan perbandingan harga penjualan produk yang sama tetapi dengan harga yang berbeda. Dapat dilihat bahwa harga yang di tawarkan Mutiara Textile lebih tinggi jika dibandingkan dengan Lestari

Textile. Hal ini berarti penawaran harga merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari hasil penjualan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap hasil penjualan produk Mutiara Textile berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan, adapun rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mutiara Textile Tanah Abang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mutiara Textile Tanah Abang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Toko Mutiara Textile Tanah Abang?

Untuk lebih jelasnya secara konseptual yang telah diuraikan maka kerangka konseptual yang digambarkan seperti dibawah ini yang merupakan gambaran dari variable kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2) berhubungan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Menurut Sugiyono (2012:36) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variable atau lebih. Dalam penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun sesuai teori yang dapat berfungsi

untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam hal ini penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.

Untuk keperluan penelitian, diperlukan sekelompok orang dalam suatu wilayah yang diteliti atau populasi yang diberikan kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan yang berisikan indicator dan variable yang diteliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Mutiara Textile Tanah Abang Jakarta Pusat selama 1 Tahun mulai dari bulan Januari – Desember 2020 sebanyak 4.142 Pelanggan.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yang mempengaruhi tingkat penjualan pada skripsi ini penulis mencari berbagai referensi dan berbagai penelitian terdahulu, dan pada akhirnya terdapat lah rumus yang akan digunakan untuk penelitian ini.

Adapun rumus yang digunakan adalah menurut pendapat Slovin (2012:108):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan (*error* dalam *persentase* yang dapat ditolerir atas ketidakpastian penggunaan sampel dan populasi)

$$n = \frac{4.142}{1 + 4.142(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4.142}{1 + 4.142(0,01)}$$

$$n = \frac{4.142}{1 + 41,42}$$

$$n = \frac{4.142}{42,42} = 97,64 \text{ dibulatkan menjadi } 98$$

Pembahasan

1. Uji Validitas

a. Kualitas Produk (X₁)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel X₁

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
KP_1	0,684	0,1986	Valid
KP_2	0,677	0,1986	Valid

KP_3	0,621	0,1986	Valid
KP_4	0,702	0,1986	Valid
KP_5	0,673	0,1986	Valid
KP_6	0,755	0,1986	Valid
KP_7	0,604	0,1986	Valid
KP_8	0,689	0,1986	Valid

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 98 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 98 - 2 = 96$ maka didapat r tabel sebesar 0,1986. Dari tabel diatas menunjukkan pertanyaan-pertanyaan pada variabel Kualitas Produk dapat dikatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0,05.

b. Harga (X₂)

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel X₂

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
H_1	0,773	0,1986	Valid
H_2	0,664	0,1986	Valid
H_3	0,733	0,1986	Valid
H_4	0,707	0,1986	Valid
H_5	0,725	0,1986	Valid
H_6	0,615	0,1986	Valid

Sumber : Hasil Penelitian yang di olah (2021)

Berdasarkan tabel diatas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 98 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 98 - 2 = 96$ maka didapat r tabel sebesar 0,1986. Dari tabel diatas menunjukkan pertanyaan-pertanyaan pada variabel Harga dapat dikatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0,05.

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
KK_1	0,682	0,1986	Valid

KK_2	0,674	0,1986	Valid
KK_3	0,706	0,1986	Valid
KK_4	0,738	0,1986	Valid
KK_5	0,671	0,1986	Valid
KK_6	0,710	0,1986	Valid
KK_7	0,594	0,1986	Valid
KK_8	0,614	0,1986	Valid

Sumber : Hasil Penelitian yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 98 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,05 dengan ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 98 - 2 = 96$ maka didapat r tabel sebesar 0,1986. Dari tabel diatas menunjukkan pertanyaan-pertanyaan pada variabel Kepuasan Konsumen dapat dikatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai signifikan dibawah 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila menghasilkan pengukuran yang konsisten apabila dilakukan pengukuran berkali-kali. Untuk pengujian ini menggunakan *cronbach Alpha*. Jika hasil dari *cronbach alpha* memiliki nilai diatas 0,60 maka dikatakan bahwa data tersebut mempunyai keandalan atau reliabel (Ghozali,2018).

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas produk (X ₁)	0,829	0,60	Reliabel
Harga (X ₂)	0,791	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,816	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil diolah Melalui SPSS Versi 24, (2021)

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana merupakan hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel satu dengan variabel lain.

a. Kualitas Produk (X_1)

Tabel 4.17
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.047	2.987		5.706	.000		
	Kualitas Produk	.456	.089	.463	5.115	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS Versi 24. Data diolah.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat perhitungan regresi linear sederhana, sehingga dapat di susun persamaan sebagai berikut :

$$Y = 17,047 + 0,456$$

Dari persamaan diatas diketahui nilai konstanta sebesar 17,047 artinya apabila Kualitas Produk itu sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen akan bernilai sama sebesar 17,047. Setelah itu koefisien Kualitas Produk sebesar 0,456 artinya bahwa setiap penambahan satu satuan Kualitas Produk maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,456.

b. Harga (X_2)

Tabel 4.18
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana Harga

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.517	2.949		5.261	.000		
	Harga	.686	.120	.503	5.701	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS Versi 24. Data diolah.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat perhitungan regresi linear sederhana, sehingga dapat di susun persamaan sebagai berikut :

$$Y = 15,517 + 0,686$$

Dari persamaan diatas diketahui nilai konstanta sebesar 15,517 artinya apabila Harga itu sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen akan bernilai

sama sebesar 15,517. Setelah itu koefisien Harga sebesar 0,686 artinya bahwa setiap penambahan satu satuan Harga, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,686.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen yaitu Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Adapun perhitungan regresi linear berganda dibantu dengan menggunakan sistem SPSS dari data yang telah dianalisis adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.815	3.375		2.316	.023		
	Kualitas Produk	.335	.085	.340	3.935	.000	.905	1.105
	Harga	.543	.118	.398	4.607	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS Versi 24. Data diolah.

5. Koefisien Determinasi

Analisis uji koefisien determinasi bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar persentase variasi-variabel *independent* yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi-variabel *dependent*. $R^2 =$, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sempurna. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut :

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.598 ^a	.358	.344	2.209	2.132

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
--

Sumber: Output SPSS Versi 24. Data diolah

Berdasarkan tabel 4.20 diperoleh koefisien determinasi *R Square* (R^2) = 0,344, maka $KD = R^2 \times 100\% = 0,344 \times 100\% = 34,40\%$, jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh sebesar 34,40% terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan sisanya 65,60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji apakah suatu nilai tertentu yang diberikan sebagai pembanding, berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel:

Tabel 4.21
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.815	3.375		2.316	.023		
	Kualitas Produk	.335	.085	.340	3.935	.000	.905	1.105
	Harga	.543	.118	.398	4.607	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Output SPSS Versi 24. Data diolah

a. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Harga secara simultan atau serentak terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Rumus F_{tabel} yaitu :

$$(df = k-1) = df_1 = 3-1= 2 \text{ dan } (df_2 = n - k) = 98 - 3 = 95$$

Dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh $F_{tabel} = 3,09$ dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F :

Tabel 4.22

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258.067	2	129.034	26.447	.000 ^b
	Residual	463.494	95	4.879		
	Total	721.561	97			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk						

Sumber : Output SPSS Versi 24, data diolah.

Simpulan (12 pt, bolt)

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan regresi $Y = 17,047 + 0,456$ dan dengan nilai t_{hitung} dari Kualitas Produk lebih tinggi dari nilai t_{tabel} atau ($3,935 > t_{tabel} 1,98525$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya bahwa nilai ini kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_{o1} di tolak dan H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan regresi $Y = 15,517 + 0,686$ dan dengan nilai t_{hitung} dari Harga lebih tinggi dari nilai t_{tabel} atau ($4,607 > t_{tabel} 1,98525$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya bahwa nilai ini kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_{o2} di tolak dan H_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Secara simultan variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 7,816 + 0,335X_1 + 0,543X_2$. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 34,4% sedangkan sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi faktor lain. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel yaitu $26,447 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,50$. Dengan demikian H_{o3} di tolak dan H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Mutiara Textile Tanah Abang Jakarta Pusat Town Square.

Daftar Pustaka (12 pt, bolt)

- Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03).
- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Ishak, A. (2005). Pentingnya kepuasan konsumen dan implementasi strategi pemasarannya. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Iswantami, m. p. pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen muslim pada food & beverage.
- Mahyarani, t. g. (2017). *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang bandeng juwana vaccum melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi pada Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang)* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Mulyono, B. H. (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Purnamasari, I. Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.

- Sari, D. D. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 62-72.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *PERFOMA*, 1(6), 755-764.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *PERFOMA*, 1(6), 755-764.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Yusup, M., & SUTOPO, S. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro
- Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).