

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dan penelitian kepada konsumen UD Lancar Abadi Tulungagung. Langkah selanjutnya yaitu pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25.0 (*Statistical Package for the Social Sciences 25.0*). penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Kualitas Produk dan Harga produk terhadap kepuasan konsumen membeli di UD. Lancar Abadi Tulungagung secara parsial maupun simultan. Berdasarkan analisis maka dilakukan pembahasan – pembahasan sebagai berikut:

#### **A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen membeli Produk di UD. Lancar Abadi Tulungagung**

Berdasarkan hasil Penelitian diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk memiliki beberapa indikator yaitu kinerja (Performa), Fitur, Daya tahan, dan Kesan kualitas. Hal ini dibuktikan dengan berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan memperoleh hasil bahwa koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,392 dan sig.  $t_{hitung}$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hal ini secara parsial kualitas produk yang terdiri dari beberapa indikator tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli produk di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

Hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan konsumen.<sup>1</sup> Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan konsumen, maka akan menyebabkan kepuasan konsumen yang

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan G. Armstrong, *Principles Of Marketing*, 14 Edition (Global Edition, Pearson Education, 2012), hlm. 318.

tinggi pula. Setelah mengkonsumsi produk yang ditawarkan UD. Lancar Abadi Tulungagung konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang ditawarkan. Sebaliknya, jika kecewa konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi di kemudian hari.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja (Perform), Fitur, Daya tahan dan Kesan Kualitas yang aktual tidak mampu memenuhi harapan konsumen. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman pembelian di masa lalu. Maka kualitas produk dengan kepuasan konsumen tersebut dilihat melalui karakteristik yang ada pada suatu produk yang ditawarkan, dimana puas dan tidaknya konsumen dipengaruhi oleh nilai yang didapat dengan mengkonsumsi suatu produk.

Hasil ini mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ditia Fitriasshinta yang menguji Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dengan hasil bahwa variable Kualitas Produk pada sebuah produk terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.<sup>2</sup>

## **B. Pengaruh Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Produk Di UD. Lancar Abadi Tulungagung**

Berdasarkan hasil dari pengujian data, diketahui bahwa Harga Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Membeli produk UD. Lancar Abadi

---

<sup>2</sup> Ditia Fitriasshinta dan Tina Melinda, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin, *Jurnal of Management and Business Review*, Vol.15, No.02, Tahun 2018.

Tulungagung. Harga produk memiliki beberapa indikator yaitu Kesesuaian harga terhadap produk, daya saing harga, Kesesuaian harga terhadap manfaatnya, Daya beli konsumen dan Kepuasan terhadap harga. Hal ini dapat dibuktikan dengan berdasarkan analisis dan pengujian yang memperoleh hasil bahwa koefisien regresi Harga Produk Sebesar 0,596 dan sig. t hitung  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian ini secara parsial harga produk yang terdiri dari beberapa indikator tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli produk di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

Hal ini didukung oleh teori Saladin bahwa Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh barang atau jasa atau dapat dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen.<sup>3</sup> Semakin baik harga yang ditawarkan kepada konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Apabila harga yang ditawarkan terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang bagus maka dapat menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen. Dengan adanya kepastian harga yang ditetapkan oleh UD. Lancar Abadi Tulungagung dapat mendapatkan kepercayaan kepada konsumen.

Hasil ini mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Moh. Muklis Sulaeman yang menguji Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Komsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo

---

<sup>3</sup> Dita Amanah, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery dan Cake Shop Cabang HM. Yamin Medan, (*Jurnal Keuangan & Bisnis*, Vol.II, No.01, Maret 2010), hlm. 2.

dengan hasil bahwa variable Harga Produk pada sebuah produk terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.<sup>4</sup>

### **C. Pengaruh Kualitas Bahan Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen UD. Lancar Abadi Tulungagung**

Berdasarkan hasil dari pengujian data bahwa Kualitas Produk dan Harga Produk secara bersama – sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya oleh Purnomo Edwin Setyo<sup>5</sup> dan Eriyanto Prasetyo Nugroho<sup>6</sup> dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan harga produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini relevan dengan teori dari Kotler dan Kaller. Menurut Philip Kotler dan Amstrong kepuasan konsumen adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri.<sup>7</sup> Di dalam kepuasan konsumen terdapat beberapa indikator yaitu Kualitas Produk, Harga Produk , Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan lain – lain.

Dalam Penelitian ini Variabel yang digunakan yaitu Kualitas Produk dan Harga Produk. Dari hasil penelitian di atas bmenunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga

---

<sup>4</sup> Moh. Muklis Sulaeman, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Komsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo, *Jurnal Ilmu Management*, Vol.III, No.03,Tahun 2018.

<sup>5</sup> Purnomo Edwin Setyo, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol.1, No.06, Tahun 2017.

<sup>6</sup> Eriyanto Prastyo Nugroho, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*, Skripsi belum terbit, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2011)

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ketiga, (Jawa Timur: Banyu media Publishing, 2007),hlm.349.

Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan atau menarik minat konsumen perlu untuk menjaga kualitas produk yang bagus serta harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan, karena apabila kualitas yang ditawarkan jelek dengan harga yang tidak sesuai maka konsumen akan kecewa dan tidak akan kembali membeli produk yang ditawarkan.