

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen VGY Wallpaper Pekanbaru)

Siti Aisyah¹⁾ Rian Rahmat Ramadhan²⁾ Dede Iskandar Siregar³⁾

e-mail: Sitiaisyah050100@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pada konsumen VGY Wallpaper Jenis penelitian kuantitatif, dengan metode regresi linier berganda. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS, penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 80 responden dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen VGY wallpaper

Kata Kunci: *kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen.*

PENDAHULUAN

Menurut Zulkarnaen dan Amin (2018) persaingan dunia usaha yang semakin ketat di era globalisasi ekonomi saat ini, telah memicu persaingan yang sengit, baik perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perdagangan, maupun industri. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Menurut Fermayani *et al.* (2021) kepuasan konsumen merupakan ungkapan rasa senang terhadap penggunaan produk dan jasa dimana terdapat kesesuaian antara harapan dan kenyataan. Selain itu, perusahaan ataupun badan usaha lainnya saat ini dituntut menyediakan produk yang berkualitas agar berbeda dengan pesaing. Karena kualitas produk adalah hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Mentang *et al.* (2021) kualitas pelayanan adalah aktivitas yang mengkombinasikan nilai dari pemrosesan yang diukur dari tingkat layanan dan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk dalam waktu yang lama.

Setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan produknya. Zulkarnaen dan Amin (2018) menyatakan bahwa harga dapat memuaskan terhadap konsumen yang peka terhadap nilai tambah dari sebuah harga. Haryoko *et al.* (2020) juga menyatakan bahwa harga yang meningkat dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila konsumen memutuskan membeli suatu produk, maka harga yang

ditawarkan sinkron dengan harapan pelanggan maksudnya sebanding dengan kualitas dari suatu produk.

Berdasarkan uraian latar belakang dan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen telah banyak diuji oleh beberapa peneliti seperti Maharani (2022) bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap rasa puas. Tetapi Rinaldi (2020) menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh kepuasan konsumen. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Fadhli dan Pratiwi (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas karena produk yang digunakan memiliki kemampuan untuk fungsinya. Mutu barang sangat erat kaitannya dengan kinerja produk dimana produk yang memiliki kinerja baik akan selalu diminati oleh pengguna dimana akan memunculkan ketertarikan dalam membeli pada barang itu. Manfaat yang baik yang timbul dari penggunaan produk akan cenderung meningkatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen hanya akan menggunakan produk dari perusahaan karena dianggap telah memberikan jaminan tentang kualitas yang baik (Fermayani *et al.*, 2021). Adanya kualitas produk yang baik dalam suatu perusahaan dapat memunculkan rasa puas tersendiri bagi pelanggannya (Maharani dan Alam, 2022). Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya karena kepuasan pelanggan adalah hal penting guna mempertahankan bisnis serta memenangkan persaingan terhadap perusahaan lain. Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mentang (2021) dan Fadhli (2021) menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₁ :Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper Pekanbaru.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu yang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Untuk mempertahankan kualitas layanan, maka kepuasan pelanggan adalah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Ibrahim, 2019).

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryoko (2020), Arianto (2020) dan fermayani (2021) menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₂ :Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper Pekanbaru.

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Aulia dan Hidayat, 2017). Harga juga ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya (Ridho, 2021). Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardani(2020), Haryoko

(2020) dan Zulkarnaen (2018) menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₃ :Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper Pekanbaru.

Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan kualitas jasa dan harga yang murah penting dikelola perusahaan dengan baik karena setiap keputusan perusahaan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai (Krisdayanto *et al.*, 2018). Begitu juga dengan kualitas produk jika suatu perusahaan tersebut membuat sebuah produk atau menjual suatu produk maka kualitas produk tersebut juga harus dalam keadaan yang baik dan bagus untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan konsumen (Ridho, 2021).

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryoko *et al.* (2020) bahwa kontribusi pengaruh determinasi secara simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Fermayani *et al.* (2021) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₄ :Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan objek penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Umumnya analisis data kuantitatif digunakan saat melakukan pendekatan penelitian survey, penelitian eksperimen, penelitian kuantitatif dan beberapa penelitian lainnya (Juliandi & Saprihal, 2014). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen VGY Wallpaper Pekanbaru. Pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling*, mengacu pada jenis *purposive sampling* yang berarti memilih sampel dari suatu populasi berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan karakteristik dalam penelitian (Juliandi dan Saprihal, 2014). Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden.

Penelitian ini juga membutuhkan sumber data yang mampu menunjang keakuratan penelitian, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Azuar *et al.* (2014) menyatakan data primer adalah data mentah yang dikutip oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama untuk kepentingan penelitian dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Data primer yang saya kumpulkan melalui kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian validitas data dengan menggunakan SPSS maka didapat semua item pernyataan untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0.2199 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel ini dinyatakan valid.

Begitu pula dengan hasil uji reliabilitas pada penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai r_{alpha} 0,829 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60, kualitas pelayanan dengan nilai r_{alpha} 0,936 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60,

harga dengan nilai r alpha 0,943 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60 dan kepuasan konsumen dengan nilai r alpha 0,937 dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60. Dari seluruh pernyataan masing-masing variabel dikatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,60.

**Tabel 1 Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.77133939
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.087
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189 ^c

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov* adalah 0,189, nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	660	1.515
Kualitas Pelayanan	319	3.133
Harga	309	3.237

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Tabel 2 memperlihatkan bahwa variabel kualitas produk memiliki VIF sebesar 1,515, variabel kualitas pelayanan sebesar 3.133 dan variabel harga sebesar 3,237 dimana nilai ini lebih kecil dari pada 10. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonieritas.

Tabel 3 Hasil Glejser

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	.010	.006		1.597	.114
Kualitas produk	.000	.000	.177	1.253	.214
Kualitas Pelayanan	2.167E-5	.000	.034	.155	.877
Harga	.000	.000	-.249	-1.141	.257

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai sig lebih dari 5% (> 0,05). Hal ini berarti bahwa setiap variabel tidak mengandung adanya heteroskedastisitas, sehingga asumsi non heteroskedastisitas dalam penelitian ini terpenuhi.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.251	4.889		.665	.508
	Kualitas produk	.314	.151	.152	2.081	.041
	Kualitas Pelayanan	.283	.114	.280	2.478	.015
	Harga	.482	.107	.509	4.500	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.731	5.717

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 5. diperoleh nilai R square sebesar 0,741 artinya besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen adalah 74,1 %. Sedangkan sisanya 25,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 6 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7118.887	3	2372.962	72.594	.000 ^b
	Residual	2484.300	76	32.688		
	Total	9603.188	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 10. hasil pengujian ini menghasilkan nilai F hitung sebesar 72,594 > f tabel yaitu 2,72 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga model regresi layak.

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.251	4.889		.665	.508
	Kualitas produk	.314	.151	.152	2.081	.041
	Kualitas Pelayanan	.283	.114	.280	2.478	.015
	Harga	.482	.107	.509	4.500	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menghasilkan nilai t hitung sebesar (2,081), (2,478), (4,500) > t tabel (1,991) dengan nilai signifikansi sebesar (0,041), (0,015), (0,000) yang lebih kecil dari pada 0,05. Sehingga H1 dalam penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY wallpaper.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini menghasilkan nilai $t_{hitung} 2,081 > t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,041 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga, H1 dalam penelitian ini diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini menghasilkan nilai $t_{hitung} 2,478 > t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga, H2 dalam penelitian ini diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian harga terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini menghasilkan nilai $t_{hitung} 4,500 > t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga, H2 dalam penelitian ini diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada VGY Wallpaper.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian ini menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 72,594 > f_{tabel} yaitu 2,72 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan dalam penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 80 responden. Sedikitnya jumlah sampel yang diambil karena keterbatasan responden, setelah survey dilihat bahwa tidak setiap hari konsumen dalam mengganti produk *wallpaper* tersebut. Maka diharapkan dapat menjadi perbaikan dalam penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN

Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada VGY *Wallpaper*.

Diharapkan pada VGY *Wallpaper* agar terus mempertahankan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dan terus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen serta memberikan harga yang sesuai dengan harga pasar. Kemudian bagi peneliti selanjutnya, apabila peneliti selanjutnya ingin mengembangkan penelitian ini lebih jauh lagi, maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya memasukan variabel lain seperti emosional kedalam penelitian. Hal ini dilakukan agar mengetahui lebih akurat lagi variabel yang benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUATAKA

- Aulia, M., dan Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 6 No.5 Hal.17
- Fadhli, K., dan Pratiwi, N,D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.2 No.2 Hal 603-612
- Fermayani, R., Egim, A,S., dan Harahap, R, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada PT . Yamaha Tjahaja Baru). *Jurnalunp.ac*. Vol.4 No.3 Hal.427-435
- Haryoko, U,B., Pasaribu, V,L,D., dan Ardiyansyah. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol.2 No.1
- Ibrahim, M., dan Thawil S, M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *ejournal-feuniat*. Vol.4 No.1 Hal.175-182

- Juliandi, A., dan Sapriyal, M. 2014. Metode Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi Bisnis. UMSU PERS. Hal.245
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., dan Gagah, E. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*. Vol.4 Hal.4
- Maharani, R. A. N., dan Alam, I. A. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebabsalahuddin. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budidaya, Teknologi dan Pendidikan*. Vol.1 No.4 Hal.235-242
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., dan Samadi, R. L. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*. Vol.9 No.4 Hal.680–690.
- Ridho, M. A. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.10
- Zulkarnaen, W., dan Amin, N. N. 2018. Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Remma Laundry dan Simply Fresh Laundry di Jalan Cikutra Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*. Vol.2 No.1