

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *KRISFITE SPICY* DI KABUPATEN TULUNGAGUNG

### *The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction of Krisfite Spicy in Tulungagung Regency*

Mohammad Andi Saputro<sup>1\*</sup>, Maria Agatha SWH<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Jl. Mayor Sujadi No. 7, Manggisari, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, (0355) 321426, 66229

<sup>\*</sup>Corresponding email: mochandita@gmail.com

Diterima: 19 Agustus 2022 | Direvisi: 6 September 2022 | Disetujui: 18 Oktober 2022 | Publikasi online: 24 Oktober 2022

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of price and product quality on consumer satisfaction with spicy krisfite with a study at the spicy krisfite outlet, Kalidawir sub-district, Tulungagung regency. Where this research was conducted with the type of quantitative research and ex post facto method using simple random sampling technique. The price variable is measured by price affordability, price suitability with service quality, price competitiveness, price suitability with benefits. Product quality variables are measured by ease of use, durability, clarity, function of product size diversity. Furthermore, the variable of consumer satisfaction is measured from the fulfillment of consumer expectations, the desire to use the product, recommend to other parties, service quality, location. Researchers used the Simple Random Sampling technique to determine the number of samples used, which was taken 30% of the total population. The sample used in this study were 112 respondents with data retrieval via google form. The results of the study indicate that the price and product quality have a partial effect on consumer satisfaction.*

**Keywords:** Price, Product Quality, Customer Satisfaction.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen krisfite spicy dengan studi pada outlet krisfite spicy kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini dilakukan dengan jenis penelitian kuantitatif dan metode ex post facto yang menggunakan teknik *simple random sampling*. Variabel harga diukur dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel kualitas produk diukur dari kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan, fungsi keragaman ukuran produk. Selanjutnya variabel kepuasan konsumen diukur dari terpenuhinya harapan konsumen, keinginan untuk menggunakan produk, merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas layanan, lokasi. Peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling* untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan yaitu diambil 30% dari jumlah populasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 112 responden dengan pengambilan data melalui *google form*. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.



## PENDAHULUAN

Maraknya UMKM yang ada di Tulungagung saat ini, terjadi karena peningkatan konsumsi makanan akibat pertumbuhan dalam industri makanan (Isfahila et al., 2018). Para pengusaha di tuntut harus pandai untuk menciptakan strategi dalam mengembangkan usahanya. Setiap pengusaha harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Agar bisa membangun sebuah kepuasan konsumen tentunya tidak akan mudah karena harus memperhatikan dan memulai dari proses yang panjang pada suatu usaha tersebut. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama dalam dunia usaha, karena tanpa konsumen sebuah usaha tidak akan bisa berjalan.

Pengusaha akan melakukan identifikasi terhadap kebutuhan pelanggan sebagai salah satu upaya dalam orientasi pasar sebelum melakukan proses produksi. Selain itu pengusaha juga perlu mengetahui dimana letak kekurangan dalam penerapan strategi pemasaran produk yang telah ia produksi agar nantinya para konsumen merasa senang dengan apa yang telah di produksi oleh pengusaha.

Pada saat ini usaha UMKM di Tulungagung sudah banyak dijumpai dan juga berkembang yaitu usaha dalam sektor kuliner makanan ringan (Firmansyah, 2019). Hal ini juga bisa dilihat dari peluang bisnis makanan ringan itu sendiri begitu menjanjikan walaupun sudah banyak pesaing dalam usaha makanan ringan ini akan tetapi kebutuhan para konsumen masih begitu besar, selain itu juga usaha makanan ringan ini modal awal yang digunakan relatif kecil dan dengan bahan-bahan yang mudah di dapatkan. Usaha makanan ringan ini merupakan sebuah usaha yang di jalankan oleh perorangan, di dalam usaha makanan ringan ini tidak hanya menyajikan satu macam produk saja akan tetapi banyak berbagai macam produk yang di produksi dalam usaha makanan ringan ini, meliputi : Keripik ubi, Tahu krispi, Makaroni spiral, Kerupuk seblak bantat, Keripik usus, Keripik mbote, Keripik singkong. Semua ini dijual dengan harga yang terjangkau. Meskipun harga dari produk ini murah, namun konsumen dari makanan ringan ini sangat bervariasi tanpa membeda-bedakan satu sama lain.

Di Tulungagung sendiri persaingan dalam produksi makanan ringan sangat ketat karena banyak juga dari produsen lain yang juga membuka usaha seperti ini walaupun produk yang diproduksi tidak sama. Salah satu usaha makanan ringan ini yang ada di Tulungagung adalah *Krifite Spicy*, usaha ini merupakan usaha home industry milik mbak Fitria yang berdiri baru pada tahun 2021 yang terletak pada Desa Tunggangri, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung, misalkan konsumen mau membeli produk makanan ringan ini harus pesan terlebih dahulu melalui aplikasi shopee ataupun aplikasi instagram, karena produk dari makanan ini memiliki platfom di instagram dan shopee. Usaha makanan ringan ini sering kali ramai pesanan karena makanan ringan ini sangat cocok untuk dikonsumsi di saat santai misalnya menonton tv, saat mengerjakan tugas atau kerja kelompok, ataupun untuk lauk makan juga bisa, dan juga harganya pun sangat terjangkau, sehingga para konsumenpun merasa puas membeli produk makanan ringan ini.

Penulis memilih produk makanan ringan *Krisfite Spicy* ini untuk di gunakan sebagai objek penelitian karena produk makanan ringan seperti ini sudah banyak dijumpai di daerah Tulungagung dan peminatnya juga banyak, selain itu persaingan dari produk makanan ringan ini juga banyak maka dari itu pengusaha makanan ringan harus tetap menjaga dari kepuasan konsumen itu sendiri sebagai cara untuk menghindari tingkat penurunan konsumen serta jumlah pendapatan. Jadi pada saat diadakan surve awal pada *home industry krisfite spicy*, diketahui adanya beberapa permasalahan, terkait harga produk. Dalam penentuan harga jual terkadang mengalami perubahan apabila harga bahan baku atau bahan penunjang lainnya mengalami kenaikan. Bahkan beberapa konsumen merasakan dari harga yang telah ditentukan tidak sebanding dengan apa yang didapatkan/diperoleh, bisa jadi dengan harga yang sudah ditentukan seperti isi dari produk, rasa dari produk tersebut masih belum memenuhi ekspektasi konsumen. Sedangkan permasalahan mengenai kualitas produk dapat dilihat dari pengemasan produknya yang kurang maksimal. Terkadang pengemasan produk *krisfite spicy* masih ada yang rusak/terbuka segelnya, sehingga dapat mempengaruhi rasa dang mengurangi kerenyahan produk.

Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Rahayu, 2020), berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kedua faktor ini signifikan di level 5% dengan kualitas produk sebagai faktor utama yang memiliki nilai koefisien tertinggi. Selain itu penelitian yang dilakukan (Hermina & Pauzi, 2017). Kesimpulan dari penelitian ini adalah Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna *Smartphone* Sony pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung didapat keputusan Ho diterima, artinya

tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sebagian dikarenakan banyaknya tipe Smartphone yang baru keluar dan banyaknya varians harga yang kompetitive di pasaran.

Dari uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *krisfite spicy*. Penelitian ini dilakukan pada outlet *krifite spicy* Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung.

## METODE PENELITIAN

### *Jenis dan Rancangan Penelitian*

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015: 8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, dalam meneliti menggunakan sampel dan populasi tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan menggunakan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Peneliti menggunakan penelitian korelasional dalam kajian ini yang oleh Sugiyono, (2014) merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Menurut Sugiono, (2014) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independent (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel independent yaitu harga dan kualitas produk, sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan metode *ex post facto*. *Ex post facto* yang dipaparkan oleh Arikunto (2010: 17) terdiri dari tiga kata yaitu *ex* memiliki arti observasi atau pengamatan, *post* memiliki arti sesudah dan *facto* memiliki arti kejadian.

### *Jenis dan Sumber Data*

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner yang dibagikan melalui link *google form* kepada konsumen *krisfite spicy*. Kuesioner dibagikan kepada 112 responden yang merupakan sampel dari seluruh konsumen *krisfite spicy* dan secara keseluruhan responden mengisi kuesioner yang dibagikan.

### *Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian*

Menurut sugiyono (2014: 117) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditwtapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen *Krisfite Spicy* berjumlah 373 dari bulan Januari 2022 – Mei 2022.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2010: 120) *Simple Random Sampling* adalah teknik sampling simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Setelah peneliti tahu berapa jumlah setiap unit populasi yang ada, peneliti mengambil perwakilan dari setiap unit populasi yang ada. Peneliti mengambil perwakilan secara berimbang dari setiap unit yaitu dengan menggunakan presentase untuk menentukan pembagian yang berimbang.

**Tabel 1.** Sampel penelitian

No.	Bulan	Populasi	Sampel
1	Januari	101	$\frac{30}{100} \times 101 = 30,3$
2	Februari	69	$\frac{30}{100} \times 69 = 20,7$
3	Maret	44	$\frac{30}{100} \times 44 = 13,2$
4	April	91	$\frac{30}{100} \times 91 = 27,3$
5	Mei	68	$\frac{30}{100} \times 68 = 20,4$

<b>Jumlah</b>	<b>373</b>	<b>112</b>
---------------	------------	------------

Sumber data: Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan pendapat diatas, maka sampel dalam penelitian ini diambil 30% dari jumlah populasi yaitu sebesar 112 responden.

**Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian yang dipaparkan oleh sugiono (2011: 38) mempunyai pengertian yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga (X1) dan kualitas produk (X2). Sedangkan untuk variabel dependen atau variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y). Berikut merupakan definisi operasional dari masing – masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 2.** Definisi operasional variabel

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Harga	Menurut (Taroreh, 2018) harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keterjangkauan harga.</li> <li>2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.</li> <li>3) Harga mempengaruhi daya beli konsumen.</li> <li>4) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.</li> </ol>
Kualitas Produk	Menurut (Gita Vanya Meisara, 2019) kualitas produk adalah merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan pemasaran, rekayasa, produk dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kemudahan penggunaan.</li> <li>2) Daya tahan.</li> <li>3) Kejelasan.</li> <li>4) Fungsi keragaman ukuran produk.</li> </ol>
Kepuasan Konsumen	Menurut (Fahnu Firdaus Ruffiansah, 2020) Kepuasan konsumen adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang di dapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Terpenuhinya harapan konsumen.</li> <li>2) Sikap ataupun keinginan untuk menggunakan produk.</li> <li>3) Merekomendasikan kepada pihak lain.</li> <li>4) Kualitas layanan.</li> <li>5) Lokasi.</li> </ol>
Harga	Menurut (Taroreh, 2018) harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keterjangkauan harga.</li> <li>2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.</li> <li>3) Harga mempengaruhi daya beli konsumen.</li> <li>4) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.</li> </ol>

Sumber data: Hasil Penelitian, tahun 2022

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang penting karena nantinya data yang telah dikumpulkan akan diolah dan digunakan untuk memecahkan masalah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode angket (kuesioner) yang dibagikan melalui link google form kepada konsumen.

### ***Teknik Analisis Data***

#### ***Uji Asumsi Klasik***

##### ***Uji Normalitas***

Uji normalitas yang telah dipaparkan oleh Ghozali (2016: 154) pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residul yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residul memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas maka teknik yang digunakan yaitu dengan plot probabilitas normal dan uji *Kolmogorov – Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan normalitas terpenuhi adalah apabila titik – titik data terkumpul disekitar garis lurus. Sedangkan kriteria pengujian Kolmogorov – Smirnov yaitu sampel yang berdistribusi normal apabila nilai sig (signifikansi) pada tiap – tiap variabel  $\geq 0,05$  dan sampel yang tidak berdistribusi normal apabila nilai sig (signifikansi) pada tiap – tiap variabel  $\leq 0,05$ .

##### ***Uji Linieritas***

Menurut Ghozali (2016:159) uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linieritas dapat diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik serta apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linier atau tidak. Jadi peningkatan atau penurunan kuantitas di salah satu variabel akan diikuti secara linier oleh peningkatan atau penurunan kuantitas di variabel lainnya (linier = garis lurus). Ketentuan interpretasi pada variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ ,  $X_2$  terhadap  $Y$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$  yang peneliti gunakan merupakan hasil hitung dari kolom linierity di ANOVA Table. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan memenuhi syarat lolos uji linieritas.

##### ***Uji Multikolinieritas***

Uji multikolinieritas yang telah dipaparkan oleh Ghozali (2016: 103) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Mode regresi yang baik seharusnya tdiak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independent). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan *Variance Inflactor Factor* (VIF). Jika nilai VIF  $< 10$  atau nilai toleransi  $> 0,1$  maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF  $> 10$  atau nilai toleransi  $< 0,1$  maka terdapat masalah multikolinearitas dalam data yang diteliti.

##### ***Uji Heteroskedastisitas***

Uji heterokedastitas yang telah dipaparkan oleh Ghozali (2016: 134) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residul satu pengamat ke pengamat lainnya. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas. Salah satunya adalah melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residulnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu  $Y$  adalah  $Y$  yang telah diprediksi, dan sumbu  $X$  adalah residul ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di studentized. Untuk melaksanakan uji heterokedastisitas ini peneliti menggunakan program IBM SPSS *Statistics 25 for windows*.

### ***Teknik Analisis Regresi Linier Berganda***

Analisis Linier Berganda pada penelitian ini digunakan untuk mencari nilai pengaruh harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25.00 for windows. Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

#### ***Keterangan:***

- Y = Kepuasan konsumen
- $\alpha$  = konstanta
- $\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi
- $X_1$  = Harga
- $X_2$  = Kualitas produk
- $\varepsilon$  = error (variabel pengganggu)

### Uji F

Uji F dikenal dengan Uji Model/Uji Anova. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) secara simultan atau bersama - sama. Uji ini dilaksanakan dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Taraf atau tingkat signifikan adalah kesalahan dalam menerima atau menolak hipotesis, dengan ketentuan:

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

Ketentuan untuk uji hipotesis  $\alpha$  sebagai berikut :

1. Apabila nilai  $\alpha \text{ Sig} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Apabila nilai  $\alpha \text{ Sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### Uji T

Uji T dikenal dengan uji parsial. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) secara parsial atau sendiri - sendiri terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji ini dilaksanakan dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Taraf signifikan adalah kesalahan dalam menerima atau menolak hipotesis. Ketentuan atau kriteria untuk pengambilan keputusan dalam menolak atau menerima suatu hipotesis adalah:

1. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh yang signifikan.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan.

Ketentuan untuk uji hipotesis  $\alpha$  sebagai berikut:

1. Apabila nilai  $\alpha \text{ Sig} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Apabila nilai  $\alpha \text{ Sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji  $R^2$  atau uji determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel Model Summary kolom R Square. R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyajian data Hasil Penelitian

Penyajian data hasil penelitian berupa sajian data dari hasil penelitian yang sudah diolah, yang disajikan dalam bentuk tabel atau grafik tentang variabel yang dijadikan sebagai penelitian yaitu tentang harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen (Y). Berikut ini adalah uraian dari hasil penelitian mengenai skor dan nilai yang telah didapat oleh peneliti tentang harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen:

#### Harga ( $X_1$ )

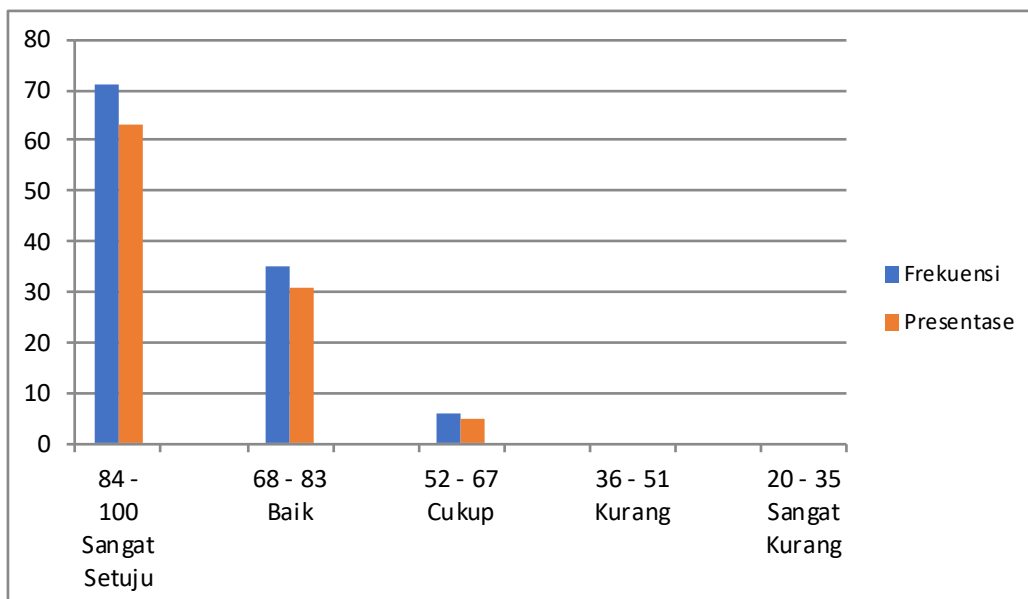
Data tentang harga *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung diperoleh dari hasil angket yang diberikan kepada konsumen *krisfite spicy*. Angket berisi 20 pernyataan dan setiap item pernyataan responden mempunyai 5 pilihan jawaban. Data hasil angket harga disajikan dalam tabel 2. data distribusi frekuensi sebagai berikut:

**Tabel 3. Distribusi frekuensi Harga**

No	Klasifikasi	Rentang Skor	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Baik	84 – 100	71	63%
2	Baik	68 – 83	35	31%
3	Cukup	52 – 67	6	5%
4	Kurang	36 – 51	0	0%
5	Sangat Kurang	20 - 35	0	0%
<b>Total</b>			<b>112</b>	<b>100%</b>

Sumber data: data diolah kembali, 2022.

**Grafik 1. Harga**



**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat pada variabel harga pada konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung mempunyai kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 71 konsumen (63%), kategori baik dengan frekuensi 35 konsumen (31%), kategori cukup 6 konsumen (5%), kategori kurang 0 konsumen (0%), dan kategori sangat kurang 0 konsumen (0%).

*Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)*

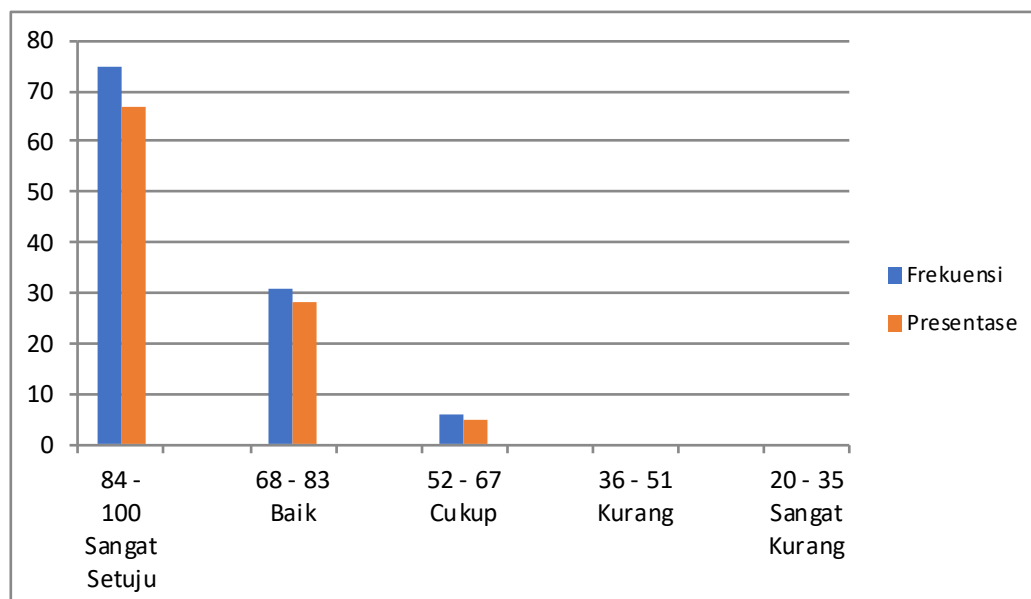
Data tentang kualitas *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung diperoleh dari hasil angket yang diberikan kepada konsumen *krisfite spicy*. Angket berisi 20 pernyataan dan setiap item pernyataan responden mempunyai 5 pilihan jawaban. Data hasil angket kualitas produk disajikan dalam tabel 4. data distribusi frekuensi sebagai berikut:

**Tabel 4.** Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

No	Klasifikasi	Rentangan Skor	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Baik	84 – 100	75	67%
2	Baik	68 – 83	31	28%
3	Cukup	52 – 67	6	5%
4	Kurang	36 – 51	0	0%
5	Sangat Kurang	20 – 35	0	0%
<b>Total</b>			<b>112</b>	<b>100%</b>

**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

## Grafik 2. Kualitas Produk



**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan tabel dan grafik di atas dapat dilihat pada variabel kualitas produk pada konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung mempunyai kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 75 konsumen (67%), kategori baik dengan frekuensi 31 konsumen (28%), kategori cukup 6 konsumen (5%), kategori kurang 0 konsumen (0%), dan kategori sangat kurang 0 konsumen (0%).

### Kepuasan Konsumen (Y)

Data tentang Kepuasan Konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung diperoleh dari hasil angket yang diberikan kepada konsumen *krisfite spicy*. Angket berisi 20 pernyataan dan setiap pernyataan responden mempunyai 5 pilihan jawaban. Data hasil angket harga disajikan dalam tabel 5 data distribusi frekuensi sebagai berikut:

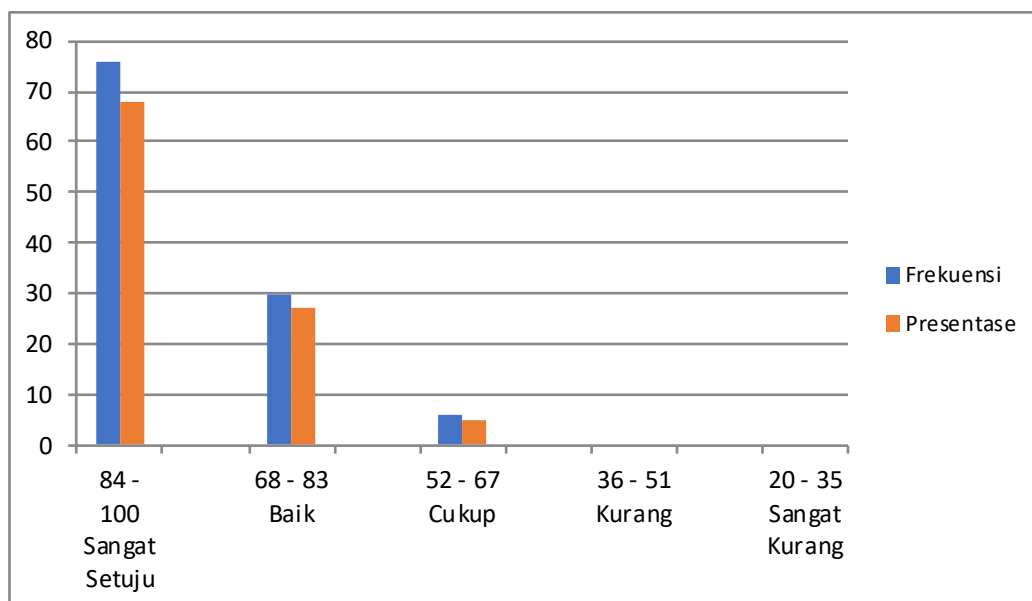
**Tabel 5.** Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

No	Klasifikasi	Rentangan Skor	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Baik	84 – 100	76	68%
2	Baik	68 – 83	30	27%
3	Cukup	52 – 67	6	5%
4	Kurang	36 – 51	0	0%
5	Sangat Kurang	20 – 35	0	0%
<b>Total</b>			<b>112</b>	<b>100%</b>

**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022



**Grafik 3.** Kepuasan Konsumen



**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat pada variabel kualitas produk pad konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung mempunyai kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 76 konsumen (68%), kategori baik dengan frekuensi 30 konsumen (27%), kategori cukup 6 konsumen (5%), kategori kurang 0 konsumen (0%), dan kategori sangat kurang 0 konsumen (0%).

### Hasil Uji Prasyarat Analisis

Tujuan adanya uji prasyarat analisis pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah data dari responden layak digunakan sebagai bahan penelitian atau tidak. Dalam penelitian ini uji prasyarat analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut merupakan hasil uji prasyarat analisis dalam penelitian ini:

#### Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebelum instrument angket ini digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji coba terhadap instrumen soal angket 30 responden. Uji coba tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh kevalidan butir soal dalam instrumen angket. Suatu instrumen dikatakan valid apabila signifikansi  $\alpha < 5\%$  atau  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Untuk lebih jelasnya hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6.** Uji Validitas Harga ( $X_1$ )

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan	Kesimpulan
1	0,879	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,922	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,866	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,819	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,852	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,882	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,827	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,807	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,877	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,828	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,737	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,857	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

13	0,515	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	0,884	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	0,910	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
16	0,741	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
17	0,832	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
18	0,855	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
19	0,827	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
20	0,803	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
21	0,830	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
22	0,843	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
23	0,844	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
24	0,826	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
25	0,389	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
26	0,776	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
27	0,861	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
28	0,763	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
29	0,890	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
30	0,887	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
31	0,849	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
32	0,804	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
33	0,919	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
34	0,740	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
35	0,867	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
36	0,854	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
37	0,845	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
38	0,869	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
39	0,767	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
40	0,877	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
41	0,802	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
42	0,819	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
43	0,810	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
44	0,694	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
45	0,753	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
46	0,853	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
47	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
48	0,839	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
49	0,901	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
50	0,909	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
51	0,882	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
52	0,885	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
53	0,872	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
54	0,771	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
55	0,886	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
56	0,756	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
57	0,770	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
58	0,762	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
59	0,864	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
60	0,770	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa dari 60 item yang diuji hasil Rhitung > Rtabel atau Rhitung > 0,361 sehingga 60 item yang diujikan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2014: 221) berpendapat bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas dari instrument dalam penelitian ini:

**Tabel 7.** Uji Reliabilitas

No	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Y	0,973	RELIABEL
2	X <sub>1</sub>	0,974	RELIABEL
3	X <sub>2</sub>	0,972	RELIABEL

**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

### Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residul yang dihasilkan dan regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas maka teknik yang digunakan yaitu dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas menggunakan dua cara sebagai berikut:

#### Uji Kolmogorov smirnov

**Tabel 8.** Uji Kolmogorov smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.46255266
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.055
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

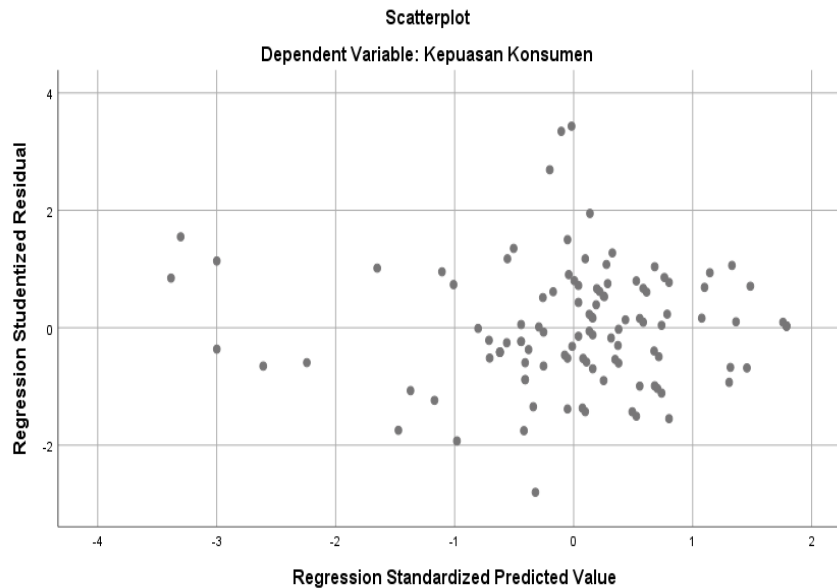
**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan tabel *Coefficients<sup>a</sup>* diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai tolerance  $\geq 0,10$  yaitu sebesar 0,178 dan nilai VIF  $\leq 10$  yaitu sebesar 5,626.

### Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residul satu pengamat ke pengamat lainnya. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Untuk mengetahui suatu instrument terdapat heterokedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola pada grafik regresi, jika ada maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak terjadi pola yang jelas atau polanya menyebar diatas atau dibawah angka pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

**Grafik 5.** Scatterplot



**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 9.** Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	F
		B	Std. Error				
1	(Constant)	7.628	3.498		2.181	.031	266.964
	Harga (X1)	.221	.096	.214	2.287	.024	
	Kualitas Produk (X2)	.702	.092	.713	7.620	.000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai persamaan regresi pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 7,628 + 0,221X_1 + 0,702X_2$$

1. (a) merupakan konstanta yang besarnya 7,628 menyatakan bahwa jika variabel independent (harga dan kualitas produk) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (kepuasan konsumen) sebesar 7,768.
2. ( $\beta_1$ ) merupakan koefisien regresi dari  $X_1$  sebesar 0,221 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel  $X_1$  dengan asumsi variabel lain ( $X_2$ ) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,221.
3. ( $\beta_2$ ) merupakan koefisien regresi dari  $X_2$  sebesar 0,702 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel  $X_2$  dengan asumsi variabel lain ( $X_1$ ) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,702.

### Hasil Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *krisfite spicy* Desa Tunggangri, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung baik secara bersama – sama (simultan) maupun secara individual (parsial). Pengujian dimulai dari uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

#### Uji T

Uji T dalam penelitian ini digunakan perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan N sebesar 112 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.98197. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (a/2 ; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 112 -2-1)$$

$$t_{tabel} = (0,025 ; 109)$$

$$t_{tabel} = 1.98197$$

Berdasarkan tabel uji T diatas dapat diketahui bahwa variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  dalam penelitian ini ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung secara parsial.

#### Uji F

Uji F dalam penelitian ini menggunakan perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), N (jumlah seluruh sampel) sebesar 112 dan m (jumlah variabel bebas) sebesar 2 diperoleh  $f_{tabel}$  sebesar 3,93. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$F_{tabel} = (m-1) ; (N-m)$$

$$F_{tabel} = (2 - 1) ; (112 - 2)$$

$$F_{tabel} = (1 ; 110)$$

$$F_{tabel} = 3,93$$

Dari tabel 15. diatas menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (266,964) > F_{tabel} (3,97)$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  dalam penelitian ini di tolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung secara simultan.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 10.** Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 <sup>a</sup>	.830	.827	3.49417

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

**Sumber data:** Hasil penelitian, tahun 2022

Pada tabel 10, hal ini diketahui koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,911 dan nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,827 atau sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan bahwa 82,7% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$ . Sedangkan sisanya sebesar 17,3% ( $100\% - 82,7\% = 17,3\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

### PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan ini, peneliti akan menguraikan hasil analisis data yang sudah diperoleh dengan menggunakan *Statistical Package for Social science (SPSS) for windows version 25.00*. Pembahasan yang dilakukan peneliti meliputi:

## ***Interprestasi Hasil Penelitian***

### *Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen*

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,287 > 1,98197$  dengan begitu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin sesuai harga dengan produk yang diterima maka kepuasan konsumen semakin tinggi. Sebaliknya semakin tidak sesuai harga dengan produk yang diterima maka kepuasan konsumen semakin rendah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator menurut Kotler dalam (Fitriasshinta, 2018) antara lain: Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, Harga Mempengaruhi Daya Beli Konsumen, Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan. Sedangkan untuk indikator variabel kepuasan konsumen peneliti menggunakan indikator menurut Menurut (Setyo, 2017) antara lain Terpenuhinya Harapan Konsumen, Sikap Ataupun Keinginan Untuk Menggunakan Produk, Merekomendasikan Kepada Pihak Lain, Kualitas Layanan, Lokasi.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.15 diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$  yaitu  $Y = 7,768 + 0,221 X_1 + 0,702 X_2$ . Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa secara parsial hasil perhitungan koefisien  $X_2$  sebesar 0,702 lebih besar dibandingkan hasil koefisien  $X_1$  sebesar 0,221 dengan konstanta (a) sebesar 7,768. Dari persamaan tersebut mempunyai arti bahwa jika nilai variabel independent (harga dan kualitas produk) sebesar nol (0), maka nilai variabel kepuasan konsumen sebesar 7,768. Jika nilai a sebesar nol (0) dan nilai  $\beta_2 X_2$  sebesar nol (0) maka nilai  $\beta_1 X_1$  sebesar 0,221. Jadi setiap penambahan satu satuan variabel  $X_1$  dengan asumsi variabel lain  $X_2$  konstanta maka hal ini akan berpengaruh peningkatan Y sebesar 0,221.

### *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen*

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $7,620 > 1,98197$  dengan begitu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Sebaliknya semakin rendah kualitas produk maka semakin rendah pula kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator menurut Menurut (Taroreh, 2018) antara lain: Kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan, fungsi keragaman ukuran produk. Sedangkan untuk indikator variabel kepuasan konsumen peneliti menggunakan indikator menurut Menurut dalam (Setyo, 2017) antara lain terpenuhinya harapan konsumen, sikap atau pun keinginan untuk menggunakan produk, merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas layanan, lokasi.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.15 diperoleh persamaan dari rumus linier berganda  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$  yaitu  $Y = 7,768 + 0,221 X_1 + 0,702 X_2$ . Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa secara parsial hasil perhitungan koefisien  $X_2$  sebesar 0,702 lebih besar dibandingkan hasil koefisien  $X_1$  sebesar 0,221 dengan konstanta (a) sebesar 7,768. Dari persamaan tersebut mempunyai arti bahwa jika nilai variabel independent (harga dan kualitas produk) sebesar nol (0), maka nilai variabel kepuasan konsumen sebesar 7,768. Jika nilai a sebesar nol (0) dan nilai  $\beta_1 X_1$  sebesar nol (0) maka nilai  $\beta_2 X_2$  sebesar 0,702. Jadi setiap penambahan satu satuan variabel  $X_2$  dengan asumsi variabel lain  $X_1$  konstanta maka hal ini akan berpengaruh peningkatan Y sebesar 0,702.

### *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen*

Berdasarkan hasil analisis data bahwa  $F_{hitung} (266,964) > F_{tabel} (3,93)$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau ada pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin sesuai serta tinggi harga dan kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya semakin rendah harga dan kualitas produk maka semakin rendah pula kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini indikator harga menggunakan indikator harga menurut (Fitriasshinta, 2018) antara lain: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga mempengaruhi daya beli konsumen, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator kualitas produk menurut (Taroreh, 2018) antara lain: kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan, fungsi keragaman ukuran produk. Sedangkan untuk indikator variabel kepuasan konsumen peneliti menggunakan indikator menurut (Setyo, 2017) antara lain terpenuhinya harapan konsumen, sikap ataupun keinginan untuk menggunakan produk, merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas layanan, lokasi.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 10 diperoleh hasil perhitungan secara simultan besarnya pengaruh kedua variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan

konsumen) yaitu sebesar 827. Hal ini menunjukkan bahwa 82,7% perubahan variabel kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh afktor – faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen *krisfite spicy* di Desa Tunggangri Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung.

## KESIMPULAN

Hasil pengujian variabel harga menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil pengujian variabel kualitas produk menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil pengujian dari seluruh variabel menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Titia Fitriasshinta, T. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin. *Journal of Management and Business Review*, 15(2), 219–234.
- Fahnu Firdaus Rulfiansah, A. H. D. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(Iv), 389–401.
- Firmansyah, A. I. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung*, 53(9), 1689–1699.
- Gita Vanya Meisara, H. N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 85–95.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermina, T., & Pauzi, I. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(2), 081–089.
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Taroreh, F. G. I. J. R. E. T. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi Pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu Cabang Malalyang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86–96.