

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Keripik Singkong Kube Serumpun

Maya Kesumawati¹, Viras Alti Pidola²

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Nurul Falah Air Molek^{1,2}
mayakusmawati26@gmail.com¹, virasaltipidola1402@gmail.com²

Diserahkan tanggal 24 Mei 2025 | Diterima 25 Mei 2025 | Diterbitkan tanggal 30 Juli 2025

Abstract:

Product quality is the ability of a product to perform its functions including performance, features, reliability, suitability, durability, aesthetics. Price is the amount of money that consumers exchange for the benefits of owning or using products and services. Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing the estimated product performance with the expected performance. The study aims to determine the quality of the product and price on customer satisfaction in buying cassava chips kube serumpun. This study uses a quantitative research method that has 2 (two) variables, namely independent and dependent. The sampling technique uses the lemeshow formula with the accidental sampling method. Based on the results of research that has been conducted by researchers that product quality has a positive effect on customer satisfaction in buying cassava chips as evidenced by the t test which can be seen from the calculated t value of $4.325 > t \text{ table } 1.985$ and has a sig of $0.00 < 0.05$. the price variable does not affect the customer satisfaction variable in buying cassava chips kube serumpun. This is proven by the t-test $-2.950 < 1.985$ and has a sig of $0.06 > 0.05$. for the determination coefficient test (R²) explains that product quality and price have a very strong influence on customer satisfaction in buying cassava chips kube serumpun by 71.7% while the remaining 28.3% is influenced by other variables.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Price.

Abstrak:

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, estetika. Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang diperkirakan dengan kinerja yang diharapkan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli keripik singkong kube serumpun. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang memiliki 2 (dua) variabel yaitu independent dan dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow dengan metode accidental sampling. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli keripik singkong dibuktikan dengan uji t yang dapat dilihat dari nilai t hitung $4,325 > t \text{ tabel } 1,985$ dan memiliki sig $0.00 < 0.05$. variabel harga tidak mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan dalam membeli keripik singkong kube serumpun. Hal ini dibuktikan dengan uji t hitung $-2,950 < 1,985$ dan memiliki sig $0.06 > 0.05$. untuk uji koefisien determinasi (R²) menjelaskan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli keripik singkong kube serumpun sebesar 71,7% sedangkan sisanya yaitu 28,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan ringan di Indonesia mengalami peningkatan signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang mengutamakan kepraktisan dan rasa. Salah satu makanan ringan yang banyak diminati adalah keripik singkong, produk lokal yang mudah ditemukan dan disukai berbagai kalangan. Persaingan antar produsen makanan ringan mengharuskan pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam hal kualitas produk dan strategi harga demi mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kube Serumpun merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang produksi keripik singkong dan telah beroperasi sejak tahun 2005 di Kelurahan Ampel Gading, Kecamatan Ukui, Kabupaten Pelalawan. Meskipun produk ini dijual dengan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan pesaingnya, permintaan terhadap produk tetap tinggi. Hal ini menimbulkan pertanyaan menarik mengenai peran kualitas produk dan harga dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk didefinisikan sebagai keseluruhan karakteristik dan fitur dari produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2018). Produk yang berkualitas akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas terhadap merek. Sementara itu, harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016). Dalam perspektif konsumen, harga sering kali menjadi indikator kualitas, terutama ketika informasi tentang produk terbatas.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam pengertian ini harga adalah tagihan moneter yang secara langsung terkait dengan pembelian suatu produk atau jasa. Ini adalah aspek yang penting karena harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan berpotensi mempengaruhi profitabilitas perusahaan (Basu, 2017)

Kepuasan pelanggan adalah respon emosional yang muncul setelah adanya perbandingan antara harapan sebelum membeli dan persepsi setelah menggunakan produk atau jasa (Tjiptono, 2016). Pelanggan yang puas cenderung memberikan rekomendasi, melakukan pembelian ulang, serta menjadi pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi hal penting bagi pelaku usaha, termasuk UMKM seperti Kube Serumpun.

Secara normatif (*das sollen*), kualitas produk yang unggul dan harga yang kompetitif seharusnya menjadi dasar utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Namun, realitas di lapangan (*das sein*) menunjukkan bahwa meskipun harga produk Kube Serumpun tergolong tinggi dan kemasan masih sederhana, pelanggan tetap menunjukkan kepuasan tinggi dan loyalitas yang kuat. Ketidaksesuaian antara teori dan realitas ini menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) yang perlu ditelusuri lebih lanjut secara ilmiah.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cardia (2019) membahas pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu prabayar Smartfren di Denpasar. Sementara itu, Sugiarsih dan Saputri (2019) meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Grab di Semarang. Berbeda dari penelitian tersebut, studi ini lebih menekankan pada konteks usaha mikro lokal berbasis makanan tradisional yang belum banyak diteliti, khususnya di daerah pedesaan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi kebaruan dari segi konteks geografis, objek penelitian, dan keterkaitannya dengan pengembangan UMKM lokal.

Tujuan dari penelitian ini adalah, untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan usaha keripik singkong Kube Serumpun, untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan usaha keripik singkong Kube Serumpun, untuk menganalisis

pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan usaha keripik singkong Kube Serumpun.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha keripik singkong Kube Serumpun di Kelurahan Ampel Gading, Kecamatan Ukui, Kabupaten Pelalawan. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-kuantitatif karena menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang dipilih menggunakan metode accidental sampling berdasarkan rumus Lemeshow. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS melalui tahapan uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antar variabel, yang dilengkapi dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) sebagai dasar pengambilan kesimpulan terhadap hipotesis yang diajukan.

No	Variabel
1	Kualitas produk (X1)
2	Harga (X2)
3	Kepuasan pelanggan (Y)

Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang tidak diketahui jumlahnya. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut dengan populasi infinity atau tidak terbatas sedangkan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti disebut dengan populasi finitif (tertentu atau terbatas) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli keripik singkong kube serumpun.

Sampel

Menurut sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut karena adanya keterbatasan dana,waktu dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Sehingga perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 p (1-p)}{d^2}$$

$$d^2$$

keterangan :

n = jumlah Sampel

z = Nilai Standar = 1,96

p = Maksimal Estimasi= 50% = 0,5

d =alpha (0,10) atau sampling error =10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka besar sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$d^2$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$0,1^2$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$0,01$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil penghitungan diatas jumlah sampel dalam penelitian adalah 96 konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji Parsial dengan T-Test Variabel X1 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	8.712	1.955		4.457	.000
	KUALITAS PRODUK	.202	.047	.407	4.325	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Olahan SPSS26

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian keripik singkong Kube Serumpun. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,325 > t-tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap produk yang dikonsumsi. Kualitas produk yang dimaksud mencakup aspek kinerja produk, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, serta estetika.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji Parsial dengan T-Test Variabel X2 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
	(Constant)	21.177	1.452		14.585	.000
	Harga	-.245	.083		-.291	.006

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : *Data Olahan SPSS26*

Berbeda dengan variabel kualitas produk, variabel harga justru tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji statistik, nilai t-hitung sebesar $-2,950 < t\text{-tabel } 1,985$, dan nilai signifikansi sebesar $0,06 > 0,05$. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun harga produk tergolong tinggi dibanding pesaing sejenis, konsumen tidak merasa keberatan untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.711	1.01731

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: Y2

Sumber : *Data Olahan SPSS26*

Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,717 atau 71,7 %, yang berarti bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi dari kepuasan pelanggan sebesar 71,7 %, sedangkan sisanya sebesar 28,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Statistik

Jenis Uji	Variabel	Hasil	Keterangan	Kesimpulan
Validitas	Kualitas Produk	Valid	r hitung > r tabel	Instrumen valid
Validitas	Harga	Valid	r hitung > r tabel	Instrumen valid
Validitas	Kepuasan Pelanggan	Valid	r hitung > r tabel	Instrumen valid
Reliabilitas	Semua variabel	> 0.60	Reliabel	Instrumen dapat dipercaya
Normalitas	Data Responden	Sig > 0.05	Data normal	Distribusi normal
Multikolinearitas	X1, X2	VIF < 10	Tidak terjadi	Layak untuk

			multikolinearitas	regresi
Heteroskedastisitas	Residual	Tidak ada pola	Tidak terjadi heteroskedastisitas	Model layak
Uji t	Kualitas Produk	t hitung = 4,325; Sig = 0,000	Signifikan	Berpengaruh positif
Uji t	Harga	t hitung = -2,950; Sig = 0,060	Tidak signifikan	Tidak berpengaruh
Uji F	X1 dan X2 terhadap Y	F hitung > F tabel; Sig < 0.05	Signifikan	Pengaruh simultan
Koefisien Determinasi (R ²)	X1 dan X2 terhadap Y	R ² = 0.717	71.7% varian dijelaskan model	Model sangat kuat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha keripik singkong Kube Serumpun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Sementara itu, harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa konsumen tetap merasa puas meskipun harga produk relatif lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Namun demikian, secara simultan kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi sebesar 71,7%. Dengan demikian, dalam konteks usaha keripik singkong Kube Serumpun, kualitas produk menjadi faktor utama yang mendorong kepuasan pelanggan, sedangkan harga lebih berfungsi sebagai pelengkap dalam membentuk persepsi nilai atas produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Praktik*. Jakarta: Raja Wali Press.
- Digiwise Iso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbit Universitas Nasional.
- Haris, M., & Kurniasari, I. H. (2023). Analisa kualitas produk pada UMKM kripik singkong. *Jurnal Ikrath-Ekonomika*, 6(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan D'Besto Cabang Dramaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 11–21. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- No, V., Hal, J., & Rahayu, S. (2023). 705-Article Text-2094-1-10-20230110. *Jurnal*, 2(1), 109–113.
- Nurmansyah. (2018). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press.

- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Journal of Communication Education*, 15(1), 290–299. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Sahir, S. H. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cipta Pusaka Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thamri, A., & Francis, T. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Widodo, W. S. (2024). *Kepuasan Pelanggan*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pub. L. No. 67 Tahun 2007.
- Mahkamah Agung Republik Indonesia. Putusan Nomor 863 K/PDT/2020 (2020)
- Nott, Jemma. “China’s Belt and Road (BR1): Investment and Lending Practices in Developing Countries. Is There a “Debt Trap”?” <https://www.globalresearch.ca/chinas-belt-and-road-bri-investment-and-lending-practices-in-developing-countries-is-there-a-debt-trap/5722107>, 2020.
- Priyatno, Dwijaya dan Kristian. *Delik Agama (Dalam KUHP Inggris, Belanda, Malaysia, Thailand, Singapura, Jerman, Perancis, Kanada, Latvia, dan Filandia)*. Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2019.
- Saragih, Bonarsius. “Kebijakan Pengawasan Terhadap Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) Sebagai Penegak Hukum Yang Profesional Dalam perspektif Sistem Peradilan Agama.” (Disertai Program Doktor Ilmu Hukum, Universitas Katolik Parahyangan, 2015.
- Soenandar, Taryana, Fathurrahman Djamil, Mariam Darus Badruzaman, Sutan Remy Sjahdeini, dan Heru Soepraptomo. *Komplakasi Hukum Perikatan*. Cet. 2. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2016
- Stamper, Kory. “From ‘F-Bomb’ to ‘Photobomb,’ How the Dictionary Keeps Up with English.” Interview by Terry Gross, 19 April 2017.
- Sugiarto, Irwan. “The Significance of Good Corporate Governance Principles in The Company Law of 2007.” *Mimbar: Sosial Dan Pembangunan* 33, No. 1 (2017): 37-45. doi:<http://dx.org/10.29313/mimbar.v33i1.2067>.
- Taufik, Giri Ahmad. ‘Freeport Dan Posisi Hukum RI’. Kompas, 20 March 2017.
- Widyanti, Rini, et.al. *Bunga Rampai Pertanggungjawaban Hukum Diskresi Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 Tentang Administrasi Pemerintahan*. Edited by Zainal Muttaqin. Bandung: Departemen Hukum Administrasi Negara Falkutas Hukum Universitas Padjajaran, 2017.
- Winata, Agung Sujati. “Perlindungan Investor Asing Dalam Kegiatan Penanaman Modal Asing Dan Implikasinya Terhadap Negara.” *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2, No. 2 (2018)