

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Kain Kebaya
Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Genesha
Jalan Pulau Sulawesi No.28/30 Denpasar Bali Tahun 2020**

**The Effect Of Price And Quality Of Kebaya Fabric Products
To Consumer Satisfaction In Genesha Boutique
Jalan Pulau Sulawesi No. 28/30 Denpasar Bali In 2020**

Florentina Vian^{1*}, I Ketut Sudana^{2*}

Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia
Jl. Seroja Tonja-Denpasar Utara, Bali (80239)

*Pos-es : florentinavian@gmail.com, ketut.sudana78@gmail.com

Abstrak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel Harga (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) hal ini di dasarkan oleh nilai t -hitung 4,241 lebih besar dari t -tabel yaitu 0,000 Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0.05$). (2) variabel Kualitas Produk (X_2) nilai t -hitung 4,788 lebih besar dari t -tabel yaitu 0,000. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0.05$). (3) variabel Kepuasan Konsumen (Y) nilai f -hitung 113,094 lebih besar dari f -tabel yaitu 0,000. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0.05$) (4) hasil uji determinasi diketahui bahwa besarnya nilai *R Square* adalah sebesar 0,752 yang artinya sebesar 75,2% variasi Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2), sedangkan sisanya sebesar 24,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian.

Kata Kunci :*Harga, Kualitas Produk , dan Kepuasan Konsumen*

Abstract.The results showed that (1) the price variable (X_1) had an effect on Consumer Satisfaction (Y). It was based on a t -test value of 4.241, greater than the table of 0,000 with a significant value of 0,000, whose value was smaller than the significant level that was set. ($\alpha = 0.05$). (2) Product Quality variable (X_2) t -count value of 4.788 is greater than t -table that is 0,000. With a significant value of 0,000 whose value is smaller than the significant level that is set ($\alpha = 0.05$). (3) Consumer Satisfaction variable (Y) the f -count value 113.094 is greater than the f -table that is 0.000. With a significant value of 0,000 whose value is smaller than the significant level specified ($\alpha = 0.05$) (4) the results of the determination test are known that the value of *R Square* is 0.752 which means that 75.2% of the variation of Consumer Satisfaction (Y) is influenced by Price (X_1) and Product Quality (X_2), while the remaining 24.8% is influenced by other factors not included in the research model.

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

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di Era Globalisasi ini, setiap perusahaan harus mampu untuk bersaing dalam memenangkan persaingan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki oleh pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan (Supranto,2009:224).

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Fandy Tjiptono,2009 : 24) Dengan Semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembeli.

Harga merupakan instrument pemasaran yang paling *fleksibel* dan mudah dimainkan dibanding instrument pemasaran lainnya. Hal ini berarti ada titik lemah sekaligus kekuatan yang dimilikinya. Kelemahannya jika tidak waspada bisa mendorong nilai produk merosot ke bawah, atau bahkan tak tersentuh pembeli. Sebaliknya menjadi kekuatan kalau sampai pada tahap yang sudah di anggap sebagai bagian dari nilai produk itu sendiri, maka sangat mendorong nilai produksi semakin meningkat.

Selain harga, yang bisa mempengaruhi konsumen dalam membeli adalah kualitas produk. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan lebih memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/ relative terjangkau,

dengan kualitas barang yang baik. Jika kinerja produk lebih rendah dari pada harapan, pelanggan akan kecewa; Jika ternyata sesuai harapan, pelanggan akan puas; jika melebihi harapan, pembeli akan sangat puas. Perasaan-perasaan itu akan membuat apakah pembeli akan membeli produk tersebut dan akan membicarakan hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan tentang produk tersebut dengan orang lain.

Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam pemasaran. Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, kepuasan telah menjadi subyek yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Pemasaran pada Butik Genesha dilakukan dengan mempertahankan produksinya dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli Kain Kebaya, yaitu : (1) Harga ; (2) Kualitas Produk ; (3) Kualitas Pelayanan ; (4) Emosional ; (5) Biaya dan Kemudahan. (Howard, dalam Arweda, 2011 : 89).

TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Kain Kebaya pada perusahaan Butik Genesha tahun 2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Kain Kebaya terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Butik Genesha tahun 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk Kain Kebaya secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Butik Genesha tahun 2019.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan sifat masalah dan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Kain Kebaya pada Butik Genesha Terhadap Kepuasan Konsumen. Maka penelitian ini dapat digolongkan dalam penelitian asosiatif kasual dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih yaitu harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Harga Produk kain kebaya terhadap Kepuasan konsumen pada Butik Genesha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dari angka t-hitung 4,241 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan melihat dari hasil uji *Product moment* 0,863 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil yang positif mengindikasikan bahwa apabila Harga Produk yang ditetapkan akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Pelanggan sebagai pihak pembeli akan bersikap lebih cermat dalam mengambil keputusan membeli. Salah satu dasar pertimbangan kepuasan pelanggan dalam membeli adalah Harga dan Kualitas Produk. Dengan harga yang lebih murah dan kualitas produk yang baik akan lebih menarik bagi pelanggan untuk membelinya dan akan merasa puas dengan produk yang digunakannya.

2. Pengaruh Kualitas Produk kain kebaya terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Genesha.
Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dari angka t-hitung 4,788 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan melihat dari hasil uji *Product moment* 0,873 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil yang positif mengindikasikan bahwa apabila Kualitas Produk ditingkatkan akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen karena dengan peningkatan Kualitas Produk, pelanggan akan lebih tertarik dan akan mempersiapkan dananya untuk membeli produk tersebut.
3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk kain kebaya terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Genesha.
Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Harga dan Kualitas Produk kain kebaya terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Genesha. Hal ini ditunjukkan dari angka f-hitung 113,094 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$), dimana setiap penambahan Harga dan Kualitas Produk kain kebaya akan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.
Harga Produk dan Kualitas Produk merupakan hal yang biasanya diperhatikan oleh pelanggan sebelum membeli produk tersebut. Produk yang berkualitas biasanya juga harganya lebih tinggi, sehingga pelanggan menganggap wajar jika

suatu produk kain kebaya yang berkualitas tinggi mempunyai harga jual yang tinggi juga.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dari angka t-hitung 4,241 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan melihat hasil uji *product moment* 0,863 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$).
2. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Kualitas Produk kain kebaya terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Genesha. Hal ini ditunjukkan dari angka t-hitung 4,788 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan melihat hasil uji *product moment* 0,873 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$).
3. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Harga dan Kualitas Produk kain kebaya terhadap kepuasan konsumen pada Butik Genesha. Hal ini di tunjukan dari angka f-hitung 113,094 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$), dalam penelitian ini Harga koefisien

determinasi adalah 0,752 dengan demikian berarti bahwa Harga Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 75,2% sedangkan 24,8% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di masukan dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Kepada Pihak Butik Genesha Sebaiknya menentuka harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.
2. Sebaiknya dari pihak Butik Genesha lebih banyak lagi meyediakan varian produk kain kebaya supaya konsumen merasa puas dengan produk yang diberikan.
3. Untuk mengimbangi kebutuhan pelanggan sebaiknya pihak Butik Genesha menyediakan produk kain kebaya yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan supaya tidak terjadinya penurunan omset.
4. Bagi peneliti selanjutnya, Perlu penelitian lanjutan lebih mendalam terhadap variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan kenyamanan dalam membeli produk kain kebaya pada Butik Genesha.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarata :Rawawali Press
- Anas Sudijono. 2012. *Pengantar statistic pendidikan*. Jakarta :Rajawali Press.

- Bny. (2009).<http://www.bny.web.id/media>.Diakses 8 Juli 2009_ Pengaruh harga dan kualitas produk kain kebaya terhadap kepuasan konsumen.
- Endah, Rayi. 2013. Pengaruh Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Restoran Warung Taman Singosari Semarang.
- Intan, 2018. "pengaruh kualitas dan kinerja pegawai terhadap kepuasan nasabah".
PT Asuransi Mandiri Inhealth.
- Imam Ghozali. 2011. Aplikasi analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: BP UNDIP.
- Jihan dkk, 2014. *Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Kolter dan Armstrong (2010). *dalam buku manajemen pemasaran*
- Kolter, Philip dan Armstrong (2011). *Prinsip prinsip pemasaran* Edisi 12. Jakarta.
- Kolter, Philip dan Gary Armstrong (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta :Erlangga.
- Mursid
M.2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: bumi aksara
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing sukses*. Kobis : Yogyakarta.
- Nan dan Limakrisna. Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta: MitraWacana Media.
- Novita dan Jerry, 2013. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop HP Nexian Melalui Facebook*.
- Oldy. 2010. "Analisis pengaruh kualitas produk dan harga, Lokasi terhadap kepuasan pelanggan". *Perusahaan Bengkel Caesar Semarang*.
- Sujarweni. Wiratna V. 2014. *Penelitian dan statistic*. Yogyakarta :Pustakabarupress
- Sugiyono, (2013). *Memahami Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Wati, Martiana. 2009. *Menganalisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas SPBU "Pastipas" Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendarahan Bermotor*.
- Zakarias zansen. 2017. "Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian spare sepeda motor". perusahaan Don Bosco putera jln kenyiri.