



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk *Sparepart* Motor Honda Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Slipi

Rika Diana

Universitas Bina Sarana Informatika

Niken Herawati

Universitas Bina Sarana Informatika

Alamat: Kampus Cengkareng (UBSI Cengkareng), Jl. Kamal Raya No.18, RT.6/RW.3,
Cengkareng Tim., Kota Jakarta Barat ·

Korespondensi penulis: 64200769@bsi.ac.id

Abstract. *This research aims to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction. This study has a Population of data that results in 93 respondents. The data collection technique used is nonprobability sampling with a purposive sampling method. The approach used in this study is quantitative statistical methods with interview techniques, documentation studies, and questionnaires. The data analysis techniques used are data quality test (validity and reliability), classical assumption test (normality, heteroscedasticity and multicollinearity), hypothesis test (t test and f test), and determination coefficient test (partial and simultaneous determination coefficient) using IBM SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) version 25 application software. The results of this study indicate that the product quality and product price variable have a positive and significant effect on customer satisfaction, and the product quality variable and product price have a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction.*

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

Abstrak. Tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh terhadap kualitas produk dan harga produk bagi kepuasan pelanggan. Penelitian ini memiliki populasi dari data yang menghasilkan 93 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif statistik dengan teknik wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, heterokedastisitas dan multikolinearitas), uji hipotesis (uji t dan uji f), dan uji koefisien determinasi (koefisien determinasi parsial dan simultan) dengan menggunakan perangkat lunak aplikasi IBM SPSS (*Statistical Package For The Social*

Sciences) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas produk dan harga produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dalam industri otomotif semakin meningkat dan menjadi hal yang penting untuk dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari. Pesatnya pertumbuhan populasi di Indonesia membuat kebutuhan alat transportasi juga ikut meningkat. Alat transportasi di Indonesia memiliki berbagai jenis seperti alat transportasi darat, alat transportasi laut, serta alat transportasi udara. Saat ini, di Indonesia alat transportasi yang banyak digunakan adalah sepeda motor. Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi berroda dua yang digerakan oleh mesin dan kesatuan komponen dalam motor yang terdiri dari beberapa bagian (sparepart).

Penjualan sparepart motor menjadi hal yang penting, karena kebutuhan akan penggantian dan perbaikan sparepart motor juga semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna sepeda motor. Pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas dan harga sparepart motor cenderung akan menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan merek tertentu ke beberapa orang lain. Oleh karena itu, penting bagi produsen dan distributor sparepart motor untuk memahami dampak kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Karena persaingan yang semakin ketat, para pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan kinerja perusahaan mereka untuk bersaing di pasar.

Perusahaan harus menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya dalam persaingan yang semakin ketat ini. Kualitas didasarkan pada berbagai fungsi dan kegunaannya, kualitas produk hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen untuk kepuasan dalam melakukan pembelian adalah harga produk itu sendiri yang dimana harga dan kualitas harus sesuai. Kualitas produk merupakan aspek yang sangat penting untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Sparepart* sepeda motor yang memiliki kualitas lebih baik dapat

memberikan keandalan dan performa yang lebih baik juga, serta dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan saat menggunakan sepeda motor. Selain itu, kualitas yang baik juga dapat mengurangi risiko terjadinya kegagalan atau kerusakan komponen yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap merek atau toko tertentu.

Harga juga menjadi indikator penting dalam keputusan pelanggan. Harga yang terjangkau dapat menarik konsumen, dan konsumen dapat menjadi enggan karena harga yang terlalu tinggi untuk membeli produk tersebut. Namun dibalik harga yang murah terkadang tidak selalu menjamin kepuasan pelanggan. Pelanggan yang ingin mendapatkan atau mengharapkan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang mereka dapat. Oleh karena itu, penting untuk memahami hubungan antara kualitas, harga produk terhadap kepuasan pelanggan.

PT. Nusantara Surya Sakti adalah salah satu Perusahaan yang berada di bawah naungan PT. Astra Honda Motor dimana perusahaan atau PT. AHM tersebut adalah tempat pembuatan atau pabrik motor Honda. PT. Nusantara Surya Sakti adalah Perusahaan yang bergerak sebagai penjualan atau distributor dan jasa yang berada dicabang Slipi. Perusahaan ini menjual kendaraan motor serta sparepart motor Honda. Untuk jasa, perusahaan ini membuka bengkel resmi dimana produk-produk yang dipakai asli bermerek Honda. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan serta memberikan kepuasan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap customer yang ingin melakukan service motor salah satunya memberikan informasi terkait komponen apa saja yang perlu diganti atau di perbaiki serta mengutamakan kualitas barangnya, dan untuk harga perusahaan ini memberikan harga yang sesuai dengan harga jual di bengkel resmi lainnya atau sesuai dengan web resmi Honda.

Peningkatan permintaan di pasar suku cadang motor yang mendorong perusahaan PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi diminta untuk memperhatikan kualitas produk dan harga produk, hal ini dikarenakan terdapat beberapa konsumen yang merasa ada beberapa produk yang memiliki harga jual tinggi namun kualitas ketahanan produknya

hanya dapat bertahan sebentar, sehingga berpotensi merugikan citra perusahaan serta terdapat ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas dan harga produk tersebut.

Oleh karena itu dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk *Sparepart* Motor Honda terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Slipi”.

METODE PENELITIAN

Dengan menggunakan metode kuantitatif penelitian dapat membuat rancangan atau kerangka kerja yang mudah diteliti terhadap variabel-variabel dengan menggunakan metode kuantitatif agar dapat mendeskripsikan karakter setiap variabel.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel dari seluruh populasi dengan menggunakan rumus slovin dan untuk teknik pengumpulan data menggunakan alat bantu kuesioner.

Pada penjelasan di atas bahwa penelitian ini berguna untuk menguji hipotesis dari setiap pernyataan variabel untuk mencari tahu tentang pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.

Peneliti mengumpulkan data dari 1421 pelanggan yang hadir pada bulan April 2024 untuk menentukan populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel *nonprobability* dimana peneliti hanya memilih subjek yang memenuhi tujuan penelitian berdasarkan keyakinan peneliti didapatlah sebanyak 93 responden.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan ada dua, yaitu wawancara dan juga kuesioner. Data yang didapat dari instrumen tersebut akan di analisis secara statistik menggunakan *software* SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Distribusi Pendapat Responden Terhadap Variabel Kualitas (X1)

Tabel 1. Tabulasi Data X1

Kualitas Produk (X1)								
Pernyataan	1	2	3	4	5	Total	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
X1.1	0	2	7	46	38	93	4,29	Sangat Setuju
X1.2	1	6	4	46	36	93	4,18	Setuju
X1.3	0	2	6	48	37	93	4,29	Sangat Setuju
X1.4	1	2	3	51	36	93	4,28	Sangat Setuju
X1.5	0	2	3	54	34	93	4,29	Sangat Setuju

Berdasarkan tabel 1 hasil tabulasi data responden variabel Kualitas Produk (X1) dapat disimpulkan bahwa indikator dengan nilai rata-rata paling tinggi terdapat pada pernyataan X1.1, X1.3 dan X1.5 dengan skor 4,29. Sedangkan untuk nilai rata-rata yang paling rendah terdapat pada pernyataan X1.2 dengan skor 4,18.

2. Distribusi Pendapat Responden Terhadap Variabel Harga Produk (X2)

Tabel 2. Tabulasi Data X2

Kualitas Produk (X1)								
Pernyataan	1	2	3	4	5	Total	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
X1.1	1	4	8	49	31	93	4,13	Setuju
X1.2	2	4	5	59	23	93	4,04	Setuju
X1.3	0	0	4	42	47	93	4,46	Sangat Setuju
X1.4	2	1	5	61	24	93	4,12	Setuju
X1.5	1	4	6	45	37	93	4,22	Sangat Setuju

Berdasarkan tabel 2 hasil tabulasi data responden variabel Harga Produk (X2) dapat disimpulkan bahwa indikator dengan nilai rata-rata paling tinggi terdapat pada pernyataan X1.3 yaitu “Harga produk dapat bersaing dengan merk yang lain” dengan skor 4,46. Sedangkan untuk nilai rata-rata yang paling rendah terdapat pada pernyataan X1.2 yaitu “Harga produk sesuai dan worth it dengan kualitas yang diberikan” dengan skor 4,04.

3. Distribusi Pendapat Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3. Tabulasi Data Y

Kualitas Produk (X1)								
Pernyataan	1	2	3	4	5	Total	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
Y.1	1	1	9	49	33	93	4,20	Sangat Setuju
Y.2	0	1	1	41	50	93	4,51	Sangat Setuju
Y.3	0	6	8	51	28	93	4,09	Setuju
Y.4	0	1	9	54	29	93	4,19	Setuju
Y.5	0	0	2	37	54	93	4,56	Sangat Setuju

Berdasarkan tabel 3 hasil tabulasi data responden variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat disimpulkan bahwa indikator dengan nilai rata-rata paling tinggi terdapat pada pernyataan Y.5 “Perusahaan menanggapi dengan baik apabila terdapat keluhan yang disampaikan oleh konsumen” dengan skor 4,56. Sedangkan untuk nilai rata-rata yang paling rendah terdapat pada pernyataan Y.3 “Ingin mengunjungi kembali apabila ada kesempatan di masa mendatang” dengan skor 4,09.

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas pada dasarnya digunakan untuk menguji apakah pernyataan dari kuesioner bersifat valid atau tidak valid. Kriteria pada uji ini yaitu dengan cara

membandingkan antara nilai r_{hitung} dan r_{tabel} , dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,05

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,703	0,2039	Valid
	X1.2	0,710	0,2039	Valid
	X1.3	0,608	0,2039	Valid
	X1.4	0,548	0,2039	Valid
	X1.5	0,542	0,2039	Valid
Harga Produk	X2.1	0,662	0,2039	Valid
	X2.2	0,766	0,2039	Valid
	X2.3	0,527	0,2039	Valid
	X2.4	0,669	0,2039	Valid
	X2.5	0,587	0,2039	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,663	0,2039	Valid
	Y.2	0,596	0,2039	Valid
	Y.3	0,718	0,2039	Valid
	Y.4	0,656	0,2039	Valid
	Y.5	0,482	0,2039	Valid

Berdasarkan tabel 4 hasil uji validitas dapat diketahui bahwa ketiga variabel tersebut yang terdiri dari kualitas produk (X1), harga produk (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai hitung $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan dari masing-masing variabel lolos uji validitas dan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas berguna untuk mengukur seberapa baik suatu pengukuran dari hasil jawaban kuesioner. Kriteria pengujian uji reabilitas dilakukan dengan melihat nilai cronbach alpha $> 0,06$ dinyatakan reliabel, sedangkan jika nilai cronbach alpha $< 0,06$ maka dinyatakan tidak reliabel. Berikut ini adalah hasil pengujian reabilitas keseluruhan variabel yang dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Sig	Keterangan
Kualitas Harga (X1)	0.607	0,6	Reliabel
Harga Produk (X2)	0.647	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.614	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel IV.9 hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel Kualitas Harga (X1), Harga Produk (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai cronbach alpha diatas 0,06 dengan jumlah responden 93. Variabel kualitas harga (X1) memiliki nilai cronbach alpha sebesar 0,607, variabel harga produk (X2) memiliki nilai cronbach alpha sebesar 0,647 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,614. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini dikatakan reliabel, sehingga setiap butir pernyataan terpercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji ini dipergunakan menjadi syarat bila suatu penelitian menmpgunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik di riset ini mempergunakan normalitas, multikolinearitas serta heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas

Pada uji normalitas ini bertujuan untuk menentukan apakah hasil berdistribusi normal atau tidak normal, untuk melihat hasil uji ini yaitu dengan melihat apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal. Uji normalitas dilihat dari sampel Kolmogorov-Smirnov yang telah diuji melalui SPSS versi 25. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji normalitas:

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	136.243.210
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.077
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.103 ^c

Berdasarkan data tabel 6 diatas menunjukkan bahwa uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat nilai signifikansinya adalah 0,103. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan jika nilai signifikansinya 0,103 lebih dari (>) 0,05 maka dapat dikatakan data residualnya berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mempunyai tujuan sebagai uji yang mengetahui apakah model regresi mempunyai korelasi terhadap variabel bebas atau variabel independen. Uji multikolinearitas dapat diketahui dari angka pada tolerance dan VIF. Uji ini juga untuk memberi pertanda bahwa tidak ada gejala multikolinearitas pada variabel independen melalui asumsi analisis regresi. Di bawah ini merupakan tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	6.361	1.415		4.497	.000		
	Kualitas Produk (X1)	.250	.088	.270	2.856	.005	.521	1.921
	Harga Produk (X2)	.470	.081	.549	5.805	.000	.521	1.921

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel 7 hasil uji multikolinearitas diatas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) menghasilkan nilai 0,521 dimana nilai tersebut lebih besar dari ($>$) 0,10. Lalu untuk nilai VIF pada variabel kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) menghasilkan angka 1,921 yang artinya lebih kecil dari ($<$) 10. Maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan sebagai bentuk keyakinan bahwa model regresi yang tersusun tidak memiliki kesamaan antara varians dan residual terhadap observasi ke observasi lainnya sampai tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pengamatan scatterplot dibawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.716	.965		1.778	.079
	Kualitas Produk (X1)	-.005	.060	-.012	-.086	.932
	Harga Produk (X2)	-.030	.055	-.078	-.535	.594

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel 8 hasil uji heterokedastisitas diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dengan nilai 0,932 dan harga produk (X2) memiliki nilai 0,594, dimana ke dua nilai variabel tersebut nilai signifikasinya lebih dari ($>$) 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa untuk regresi variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t atau uji parsial atau individual merupakan uji pengaruh yang akan diterima dari variabel X terhadap variabel Y. Uji parsial akan membantu mengetahui seberapa

besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel independen tersebut yaitu kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) dan variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hasil dinyatakan berpengaruh, sedangkan jika nilai signifikansi > 0,05 maka hasil dinyatakan tidak berpengaruh. Berikut tabel hasil uji t:

Tabel 9. Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.361	1.415		4.497	.000
	Kualitas Produk (X1)	.250	.088	.270	2.856	.005
	Harga Produk (X2)	.470	.081	.549	5.805	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						

Berdasarkan tabel IV.13 hasil uji parsial t diatas menunjukkan bahwa untuk memperoleh nilai t_{tabel} menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$t_{tabel} = (0,05/2 : 93-2-1) \quad t_{tabel} = (0,025 : 90)$$

t_{tabel} = angka 0,025 : 90 dalam distribusi nilai t_{tabel} sebesar 1,986

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,856 > 1,986) berarti berpengaruh positif sehingga H1 diterima.
- b. Pengaruh variabel harga produk (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,805 > 1,986) berarti berpengaruh positif sehingga H2 diterima.

2. Uji F

Uji F atau disebut uji simultan digunakan untuk mengidentifikasi apakah variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen atau tidak. Diketahui jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka semua

variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut tabel hasil uji F:

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.260	2	118.130	62.257	.000 ^b
	Residual	170.772	90	1.897		
	Total	407.032	92			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga Produk, Kualitas Produk						

Hasil uji f simultan menunjukkan bahwa $f_{hitung} (62,257) > f_{tabel} (3,10)$ dan nilai signifikansi $f_{tabel} 0,000 < 0,05$ yang artinya H_3 dapat diterima. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga produk (X2) berpengaruh simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel independen yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) yang akan di uji pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Uji ini menggunakan SPSS versi 25, untuk melihat hasil uji tersebut berikut tabel dari perhitungan regresi linier berganda:

Tabel 11. Hasil Analisis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.361	1.415		4.497	.000
	Kualitas Produk (X1)	.250	.088	.270	2.856	.005
	Harga Produk (X2)	.470	.081	.549	5.805	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						

Berdasarkan tabel 11 hasil uji regresi linear berganda diatas menunjukkan bahwa untuk membuat persamaan regresi linear berganda dengan nilai konstanta dan koefisien regresi dengan model rumus sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

$$Y = 6.361 + 0.250X_1 + 0.470X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) menghasilkan nilai positif yaitu 6.361 yang artinya variabel kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) berpengaruh positif dan meningkatkan variabel kepuasan pelanggan (Y).
- b. Koefisien variabel kualitas produk (X1) menghasilkan nilai positif yaitu sebesar 0.250 yang berarti variabel X1 berpengaruh positif dan kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- c. Koefisien variabel harga produk (X2) menghasilkan nilai positif yaitu sebesar 0.470 yang berarti variabel X2 berpengaruh positif dan kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi

1. Parsial

Uji koefisien determinasi parsial memiliki tujuan utama yaitu untuk mengukur seberapa besar masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1, dimana jika nilainya 0 maka tidak terdapat korelasi, jika nilainya 0,49 maka korelasi lemah, jika nilai 0,50 maka korelasi moderat, jika nilai 0,51-0,99 maka korelasi kuat, dan jika nilai 1,00 maka korelasi sempurna. Berikut hasil uji determinasi parsial pada penelitian ini :

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X1 dan X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	0,423	0,417	1,606
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	0,542	0,537	1.431
a. Predictors: (Constant), Harga Produk				

Berdasarkan tabel 11 hasil uji koefisien determinasi parsial dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,423. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki kontribusi korelasi lemah terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 42,3%. Sedangkan sisanya sebesar 57,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Adapun untuk variabel harga produk nilai *R Square* sebesar 0,542. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga Produk memiliki kontribusi korelasi moderat terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 54,2 %. Sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

2. Simultan

Tujuan dari uji koefisien determinasi simultan adalah untuk mengukur sejauh mana seluruh variabel independen bersama-sama dapat memprediksi atau mempengaruhi variabel yang diteliti. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi simultan pada penelitian ini :

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	0,580	0,571	1,377
a. Predictors: (Constant), Harga Produk, Kualitas Produk				

Berdasarkan tabel 12 diatas, diperoleh nilai adjusted *R square* koefisien determinasi sebesar 0,571, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) memiliki kontribusi korelasi kuat terhadap variabel

Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 57,1%. Sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan peneliti.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner secara online berupa pernyataan melalui Google formulir dengan sampel sebanyak 93 responden, lalu masing-masing kuesioner tersebut berisikan 5 pernyataan pervariabel dengan 15 pernyataan. Setelah data terkumpul kemudian peneliti melakukan uji validitas, reliabilitas, normalitas, heterokedastisitas, multikolinearitas, uji t (parsial), uji f (simultan), dan uji regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 25.

Semua hasil analisis yang dilakukan untuk penelitian ini, peneliti memiliki hasil olah data sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian yang diperoleh dari nilai uji t untuk variabel kualitas produk menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,856 > 1,986$) dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Hal ini menyimpulkan hipotesis alternatif H1 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.

Adapun hasil dari uji koefisien determinasi parsial diketahui bahwa nilai R Square 0,423. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 42,3% dan sisanya 57,3 dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk yang diberikan PT. Nusantara Surya Sakti memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas produk yang mempunyai pengaruh dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Novia et al., 2020). Dalam hal ini dapat

disimpulkan betapa pentingnya untuk menjaga kestabilan bahkan meningkatkan kualitas produk demi menjaga kepuasan pelanggan agar tetap setia berlangganan menggunakan produk yang tersedia di PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi

2. Pengaruh Harga Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada 93 responden dapat dilihat bahwa hasil pengujian pada uji t untuk variabel Harga Produk (X2) menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,805 > 1,986$) dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga Produk (X2) berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi sehingga H2 diterima. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa harga produk memiliki peran penting terhadap kepuasan pelanggan dimana harga yang relatif terjangkau dapat diakses oleh setiap pelanggan yang ingin memenuhi kebutuhannya.

Sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial diketahui bahwa nilai R Square. Adapun hasil dari uji koefisien determinasi parsial diketahui bahwa nilai R Square 0,542. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga Produk (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 54,2 %. Sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.. Jadi hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa harga produk yang diberikan PT. Nusantara Surya Sakti memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa harga produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Firdaus Ruffiansah & Hermani Daryanto Seno, 2020). Hal ini berarti harga produk yang stabil dan terjangkau dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan dapat membeli produk yang mereka butuhkan kembali di PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Dan Harga Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 93 responden dapat dilihat bahwa hasil pengujian yang diperoleh nilai uji f untuk variabel kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa

$f_{hitung} (62,257) > f_{tabel} (3,10)$ dan nilai signifikansi $f_{tabel} 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga produk berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusantara Surya Sakti sehingga H_3 dapat diterima.

Dengan demikian jika suatu produk memiliki kualitas yang bagus dan tahan lama maka pelanggan tidak merasa terganggu dengan harga yang diberikan atau worth it antara kualitas produk dengan harga produk terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa kualitas produk dan harga produk berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan (Pratiwi & Lubis, 2021). Dalam hal ini terlihat jelas bahwa memang kualitas produk dan harga produk harus ada keterkaitan yang seimbang demi memenuhi kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai $t_{hitung} 2,856 > t_{tabel} 1,986$ dengan tingkat signifikan $0,005 < 0,05$. Dan untuk besar signifikansi H_1 diterima dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (2,856 > 1,986)$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai $t_{hitung} 5,805 > t_{tabel} 1,986$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dan untuk besar signifikansi H_2 diterima dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (5,805 > 1,986)$. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga produk memiliki nilai $f_{hitung} 62,257 > f_{tabel} 3,10$ dengan tingkat signifikan $0,000 >$

0,05. Maka secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusantara Surya Sakti cabang Slipi.

4. Berdasarkan hasil uji R didapatkan hasil dari pengaruh variabel kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,1%. Sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A Samara, M. S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET MOTIVASI BERPRESTASI. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020 The Best Model for Multicollinearity Test to Analyze Rice Production's Factors in Blora Regency on 2020.
- Bimantara, Y., & Novita, D. (2022). PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio di Lampung). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Darma, B. (2021). STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). GUEPEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAAQBAJ>

- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Erida Universitas Mitra Karya, M. (2021). UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INSTRUMEN MOTIVASI PENGIDAP HIV/AIDS. *Jurnal Ilmiah Bina Edukasi*, 1(1).
- Fahmi, I. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN: CITRA MEREK, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK. 2(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Fikri, S. N., Dwi Novianti, S., & Rahelia, S. L. (2022). 63 | Page Literature review faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: harga, kualitas produk dan kepuasan pembeli. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Firdaus Ruffiansah, F., & Hermani Daryanto Seno, A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=yz8KEAAAQBAJ>
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2022). PENGGUNAAN SKALA LIKERT UNTUK MENGANALISA EFEKTIVITAS REGISTRASI STAKEHOLDER MEETING: EXHIBITION INDUSTRY 2020.
- Mar'atush Sholihah, S., Yoga Aditiya, N., Saphira Evani, E., Maghfiroh, S., & Soedirman, U. J. (2023). KONSEP UJI ASUMSI KLASIK PADA REGRESI LINIER BERGANDA.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marinu Waruwu. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method).
- Maryati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio.

- Novia, M. A., Semmaila, B., & Manajemen, M. (2020). TATA KELOLA Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- P Pendi. (2021). ANALISIS REGRESI DENGAN METODE KOMPONEN UTAMA DALAM MENGATASI MASALAH MULTIKOLINEARITAS Pendi INTISARI.
- Pane, D. H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE BUKALAPAK DI BATAM.
- Perdana Siregar, A., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). The Role Of Product Price And Brand Image On Purchase Decision Of Cold Pressed Juice Re.Juve Product Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re.Juve. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ULANG: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN). 3(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). JURNAL BISNIS MAHASISWA. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7800/4>
- Putri, R. M., Istiyanto, B., Tinggi, S., & Surakarta, I. E. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CELEBRITY ENDORSER TEHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI KASUS PADA PEREMPUAN DI SURAKARTA). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 4, Issue 2).
- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru).

- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. 3(2).
- Yudha Wicaksono, S. (2020). Mashariono SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA). <http://topbrand-award.com/>