



## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat (Studi Kasus pada Pengguna Honda Beat di Kecamatan Medan Johor)

Fauzi<sup>1</sup>, Amrani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

Corresponding author. [fauzi@fe.uisu.ac.id](mailto:fauzi@fe.uisu.ac.id)

### ARTICLE INFO

Article history

Received :

Accepted :

Published :

### Kata Kunci:

Kwalitas produk;

Harga;

Kepuasan konsumen..

### Keyword:

Product Quality;

Price;

Consumer Satisfaction.

### ABSTRAK

*Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Honda Beat di Kecamatan Medan Johor, bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Honda Beat di Kecamatan Medan Johor, bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Honda Beat di Kecamatan Medan Johor. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen, karena menurut hasil uji statistik terdapat pengaruh positif variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen. Dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.*

### ABSTRACT

*The formulation of the problem in this study is how the influence of product quality on consumer satisfaction of Honda Beat in Medan Johor District, how the effect of price on consumer satisfaction of Honda Beat in Medan District of Johor, how the influence of product quality and price on consumer satisfaction of Honda Beat in Medan District of Johor. Based on the results of testing and analysis shows that there is a significant influence between product quality on consumer satisfaction, thus partially there is a positive and significant influence between product quality on consumer satisfaction. There is a significant effect between price on consumer satisfaction, because according to the results of statistical tests there is a positive effect of the price variable on the variable of consumer satisfaction. Thus partially there is a positive and significant influence between price on consumer satisfaction. Product quality and price simultaneously have an influence on consumer satisfaction.*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk yang memegang peranan yang sangat penting, karena suatu kualitas produk akan terkait dengan janji dan harapan, sehingga salah satu perannya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat perusahaan menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliana Sudarno (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain faktor kualitas produk, faktor harga juga menjadi salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga menimbulkan berbagai interpretasi di mata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi yang berbeda-beda tergantung karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografis), pengalaman serta pengaruh lingkungannya. Berbagai interpretasi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh perilaku berbeda-beda pada perilaku konsumen. Secara garis besar sikap dan perilaku pelanggan dalam menanggapi harga dapat dibedakan menjadi dua. Ada pelanggan yang memiliki kecenderungan menyukai harga yang relatif rendah di satu sisi, ada beberapa pelanggan yang memiliki kecenderungan menyukai harga yang relatif tinggi. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Gofur (2019) harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat terhadap produk sepeda motor adalah adanya penurunan penjualan sepeda motor karena adanya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menyebabkan penjualannya menurun yang disebabkan karena adanya persaingan jual beli sepeda motor sejenis, adanya persaingan harga yang semakin meningkat, perkembangan sepeda motor yang semakin banyak pilihan dengan harga yang beragam sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan, menurunnya kepuasan pelanggan terhadap sepeda motor Beat dikarenakan produk sepeda motor pesaing memiliki kualitas produk yang tidak kalah baiknya dengan produk sepeda motor Beat.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kepuasan Konsumen**

Dalam dunia bisnis yang kerap berhubungan dengan konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan prioritas utama yang harus diperhatikan oleh penyedia jasa. Menurut Assauri (2014:43) menyatakan bahwa : “Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya kepada keputusan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan”.

Menurut Kotler & Keller (2013:98) menyatakan bahwa : “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan”. Adapun pengertian kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner & Dwyner, (2012:114) adalah perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Menurut Kotler (2015:35), kepuasan konsumen adalah perasaan individu setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan relatif terhadap harapan. Konsumen akan mengalami salah satu dari tiga derajat kepuasan yaitu jika kinerja di bawah ekspektasi konsumen mungkin merasa tidak puas, tetapi jika kinerja di bawah ekspektasi pelanggan akan tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.

Menurut Tjiptono (2017:214), kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Dari beberapa pengertian dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sikap emosional yang timbul akibat dari harapan akan sebuah kinerja yang telah dirasakan setelah suatu pemakaian produk/jasa. Untuk jasa atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas dari jasa yang ditawarkan sehingga tingkat kepuasan dari konsumen dapat lebih tinggi.

### **Kualitas Produk**

Pada mulanya manusia merupakan makhluk individu yang sudah cukup puas dengan bahan-bahan kebutuhan yang disediakan oleh alam, sehingga pada masa itu manusia tidak memperhatikan bahwa sangat pentingnya mutu dan kualitas. Namun seiring kemajuan zaman, manusia/konsumen pada saat ini sudah mulai memperhatikan kualitas barang/produk yang mereka gunakan. Mereka lebih kritis dalam membeli produk yang ditawarkan. Dalam membeli suatu produk konsumen selalu berharap agar barang yang

dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2013:211) kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kinerja barang atau jasa. Kualitas produk merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikualifikasikan dan diukur. Menurut Ferrel dan Hartline (2011:12) mengungkapkan bahwa Produk merupakan sesuatu yang bisa didapatkan melalui pertukaran untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Definisi tersebut dapat mengklasifikasikan anggota dari sebuah produk yaitu barang, jasa, gagasan, informasi, produk digital, masyarakat, tempat, pengalaman.

Menurut Kotler (2015:166) kualitas adalah garansi terbaik yang kita miliki atas dukungan dari para pelanggan, pertahanan kita yang terkuat dari persaingan asing, dan jalan satu-satunya menuju pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan. Sedangkan Menurut Tjiptono (2018:43) kualitas produk adalah kualifikasi sebuah produk yang menunjukkan oleh sebuah perusahaan agar dapat bersaing dipasar. Dewasa ini, dikarenakan kemampuan ekonomi masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar atau ditawarkan, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk mahal adalah produk yang berkualitas.

### **Harga**

Menurut Budianto (2015:256) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa sedangkan Cannon, Perreault, McCarthy (2009:177) menyatakan bahwa harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sesuatu yang bernilai. Laksana (2018:105) menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan ber-macam-macam barang dan/ atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

Menurut Kotler (2015:5), harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga mengacu kepada apa saja yang akan diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen yang biasanya menggunakan nilai uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter).

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Objek penelitian adalah penelitian adalah konsumen sepeda motor Beat di Kecamatan Medan Johor dengan variabel yang diteliti tentang kualitas produk sebagai variabel  $X_1$  dan harga sebagai variabel  $X_2$  dan kepuasan konsumen sebagai variabel  $Y$ .

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara umum hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Sedangkan dari hasil analisis pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas/independent (kualitas produk dan harga) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat/dependen (kepuasan konsumen). Dari hasil penelitian terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas produk dan harga) memiliki koefisien yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel  $Y$  (kepuasan konsumen). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Menurut Tjiptono (2017:22) kualitas memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.. Berdasarkan hasil uji statistik dengan menggunakan multiple regression model untuk melihat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{kualitas\ produk} = 6,098$ , sedangkan  $t_{tabel}$  dengan  $dk = 40$  sebesar 1,685 maka  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang positif dan

signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi/baik kualitas produk maka akan tinggi/baik kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Bayu Hadyanto (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang berkesimpulan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan esensial terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Nirwana (2012:44), harga diterjemahkan sebagai biaya yang diteruskan dari produsen ke pelanggan. Harga yang ditawarkan suatu perusahaan terhadap produk yang dimiliki suatu perusahaan merupakan suatu penyesuaian terhadap kualitas produk yang dimiliki perusahaan tersebut, agar para pelanggannya tidak mengalami kekecewaan dengan harga yang ditawarkan. Berdasarkan hasil uji statistik terdapat pengaruh positif variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) yang ditunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}} = 3,566$  sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $dk$  40 sebesar 1,685 maka  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $3,566 > 1,685$ ) dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi/baik harga maka akan tinggi/baik variabel kepuasan konsumen.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya Sunarto (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan yang berkesimpulan variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada toko kerajinan kulit Kartika Magetan. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Shary (2019), dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru yang berkesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Dengan  $F_{\text{hitung}} = 97,696$  sedangkan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka nilai  $F_{\text{tabel}}$  dengan  $dk$  pembilang 2 dan  $dk$  penyebut 40 adalah sebesar 2,46, maka  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , yaitu  $97,696 > 2,46$ . Dengan demikian kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dengan menggunakan SPSS 21 diperoleh tingkat signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  ini menandakan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya Ricky Linardi (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI Watch berkesimpulan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh besar secara parsial dan tumpang tindih terhadap kepuasan konsumen. Demikian juga penelitian Abdul Gofur (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan berkesimpulan ada pengaruh secara bersama-sama antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan

## **KESIMPULAN**

Sesuai hasil analisis penelitian maka dapat diambil kesimpulan sesuai tujuan penelitian yang dikemukakan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen, karena menurut hasil uji statistik terdapat pengaruh positif variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen. Dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang positif dan

signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen sebaiknya mempertahankan harga yang terjangkau, dan secara berkala melakukan survey kepada pesaing sehingga harga yang ditawarkan dapat diterima oleh masyarakat. Bagi penjual sepeda motor Honda Beat agar meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang dapat dilakukan dengan berkreatifitas dan berinovasi dalam peningkatan kualitas dan memberikan layanan kepada konsumen yang akan berpengaruh dan kepuasan konsumen untuk membeli produk

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi, (2012), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budianto Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, penerbit Ombak.
- Canon, Perreault, dan McCarthy. (2009). *Pemasaran Dasar*, Edisi 16, Buku 2, Jakarta, Salemba Empat.
- Farrel dan Hartline. (2011). *Marketing Managemen Strageties, Fifth Edition*. International Edition : South-Western, Cengage Learning.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- ; (2015). *Manajamen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- ; (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2018). *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nawawi, Hadari. (2011). *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sangadji, Etta Mamang. (2017). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto. J. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Thamrin Abdulla dan Francis Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1 Cetakan 2, Jakarta, Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy, (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.