

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya sistem teknologi dan informasi serta komunikasi membuat semakin terbukanya kompetisi yang cukup ketat, dengan demikian setiap perusahaan akan bekerja keras untuk usahanya dalam memuaskan pelanggan sehingga perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan yang setia. Selain itu, juga disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga dan banyak menuntut, serta banyaknya informasi tentang produk yang dapat diakses pelanggan sehingga membuat pelanggan semakin “dimanjakan” oleh pilihan produk di via internet. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

Oleh karena itu, hal tersebut memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan-tantangan baru dalam profesi pemasaran masa kini. Penjual dituntut untuk dapat memahami bagaimana kejadian-kejadian yang ada diberbagai penjuru dunia. Fakta yang terjadi adalah pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati produk yang diberikan oleh perusahaan, sehingga pelangganlah yang bisa menilai kualitas produk tersebut. Hal ini berarti kualitas produk yang baik bukan dilihat dari sudut pandang perusahaan, namun didasarkan pada sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan bisa menilai apakah produk yang diberikan perusahaan tersebut berkualitas atau tidak.

Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor informasi pengetahuan yang didapatkan dari beberapa sumber. Salah satu faktornya ialah kualitas produk, yang dimana kualitas produk ini adalah faktor terpenting dalam keputusan pembelian.

Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya bagaimana pengusaha memahami perilaku konsumen/pelanggan yang akan atau telah membeli produk mereka. Pengusaha atau pemilik juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan produk yang baik dan layak kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak kecewa bila membeli produk tersebut. Pengaruh kualitas produk serta harga dapat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.¹

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Menurut Kotler kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.² Sedangkan menurut Yan, Sengupta dan Wyr kualitas produk adalah suatu kinerja produk yang diinginkan oleh pelanggan, baik dilihat dari berbagai ukuran untuk memenuhi kepuasan pelanggan (*package size*), penilaian yang diberikan pelanggan (*perceived quality*),

¹ Joko Bagio Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, no. 1 (April, 2019); 128.

² Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen* (Sidoarjo: Zifatma Publishe, 2017), 100.

pencapaian tujuan (*performance*), dan tampilan yang menarik (*design*) yang memang benar-benar bagus menurut sudut pandang pelanggan.³

Weenas menjelaskan tentang perkembangan dunia usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga terlihat berbeda dengan produk pesaing. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak pelanggan. Selain itu, pelanggan juga semakin kritis terhadap apa yang konsumen terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya. Kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, permasalahan kualitas produk perlu ditinjau dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan.⁴ Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yaitu suatu pernyataan tingkat kemampuan suatu produk tertentu dalam melakukan fungsi yang telah diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Menurut Tjiptono “kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Hubungan yang erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan”. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga

³ Lily Suyati, *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: DEEPLUBLISH, 2015), 23.

⁴ Purnomo Edwin Setyo, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, no. 6 (Februari, 2017); 757.

yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah.⁵ Harga merupakan komponen penting dari strategi barang bernilai tinggi, harga juga mencerminkan pandangan mengenai kualitas. Harga yang tinggi biasanya dikenakan ke produk yang bernilai tinggi. Produk yang bernilai tinggi adalah produk yang berkualitas tinggi, penetapan harga yang tinggi, distribusi secara selektif melalui saluran-saluran berkualitas tinggi, dan diiklankan secara hemat.⁶

Menurut Samsul Ramli, harga merupakan nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa.⁷ Purnamasari menjelaskan bahwa harga bagi pelanggan merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi pelanggan untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk tersebut. Jadi, harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, permasalahan harga perlu juga ditinjau kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kualitas produk yang terjual, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produk. Jadi jika harga yang ditetapkan pada suatu produk bernilai

⁵ Rifqi Purwo Adi, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Management*, Universitas Negeri Semarang, No 2 (Juni 2013); 111.

⁶ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa : Desain Servqual, QFD, dan Kano* (Jakarta: Indeks, 2011), 21.

⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 39.

tinggi, maka kualitas dari produk tersebut harus tinggi atau baik pula. Dengan demikian, pelanggan akan merasakan puas terhadap produk yang dibeli dengan harga yang sudah ditetapkan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas dengan produk yang dibeli, maka mereka akan cenderung untuk membeli kembali produk tersebut pada saat kebutuhan yang sama di kemudian hari. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya mereka menjadi pelanggan tetap dalam waktu yang lama.⁸

Umumnya konteks kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya yang diungkapkan baik lisan maupun non lisan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengetahuan dan juga pengalaman pembelian sebelumnya. Harapan-harapan pelanggan tersebut diatas dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman dan pengetahuan pelanggan, pada dasarnya harapan pelanggan yang paling utama adalah kepuasan pelanggan lebih memikirkan apa yang akan dibelinya dapat memuaskannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut sebagai dasar pelanggan untuk membeli. Semua perusahaan baik barang maupun jasa, tentu harus menyadari tentang kepuasan

⁸ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), 18.

pelanggan, dan kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan tersebut, keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler bahwa kepuasan konsumen adalah "suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan". Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan konsumen didefinisikan "sebagai alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan". Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi dimasa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan.⁹

Kepuasan pelanggan berhubungan dengan tingkat dalam menghasilkan pembelian ulang. Pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan merupakan satu-satunya nilai yang diciptakan perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan sekarang dan di masa depan. Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan.

Untuk kepuasan pelanggan Toko Surya Elektronik sendiri sangat berkaitan erat dengan kualitas produk dan harga yaitu apabila kualitas produk dan harga baik maka pelanggan akan merasa puas, begitupun sebaliknya. Harga pada Toko Surya

⁹ Ani Lestari dan Edy Yulianto, "Pengaruh kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. no. 1 (Januari 2018); 76.

Elektronik sudah sangat bersaing yaitu mengikuti harga seperti yang ada pada toko pesaing, Toko Surya Elektronik terbilang berada dilokasi yang strategis yaitu terletak di pinggir jalan raya sehingga dekat dengan pelanggan dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suwarni dan Septina Dwi Mayasari yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen"¹⁰ yang dimana menunjukkan bahwa tingkat hubungan kualitas produk dan harga secara bersamaan memiliki hubungan yang positif (signifikan), hal ini dibuktikan dengan kualitas produk dan harga kartu prabayar IM3 sudah sesuai dengan yang diharapkan sehingga kepuasan konsumen semakin membaik. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Purwo Adi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening".¹¹ Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat hubungan kualitas produk dan kewajaran harga yang dirasakan oleh pelanggan memiliki hubungan yang signifikan (positif), apabila kewajaran harga tinggi dan kualitas produk baik maka konsumen Jenang Karomah akan merasakan puas dan akan tetap loyal terhadap jenang karomah meskipun kewajaran harga tinggi.

¹⁰ Suwarni dan Septina Dwi Mayasari, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Malang*, No. 1 (Maret 2011), https://www.academia.edu/download/39405108/Suwarni_2011.pdf, (diakses pada tgl 25 agustus 2022), 78.

¹¹ Rifki Purwo Adi, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Semarang*, No. 2 (Juni 2013), <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/download/2027/1842>, (diakses pada tanggal 25 agustus 2022), 113.

Alasan dalam memilih penelitian di Toko Surya Elektronik karena produk yang dijual oleh toko Surya Elektronik berkualitas. Produk-produk yang disediakan dalam toko Surya Elektronik adalah alat-alat elektronik serta peralatan kompor gas yang berlokasi di Jl. Raya Larangan, Dusun Du'alas, Desa Larangan Luar, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan mempunyai banyak, dan juga produk yang dijual sudah dikenal oleh kalangan luas dengan harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan pelanggan mengenai kualitas produk dan harga pada toko Surya Elektronik yaitu sebagai berikut:

"Menurut Moh. Zainuddin, alat-alat elektronik yang ada disana sangat bagus dan pertama kali saya membeli dikarenakan tempat tersebut dekat dengan rumah saya. Dan pada awalnya yang hanya berniat mau liat-liat saja ternyata disana terdapat beragam produk yang beragam, bukan hanya alat-alat elektronik yang ada disana tapi terdapat juga kompor gas dan harganya juga terjangkau. Kebetulan kali pertama saya langsung tertarik membeli. Mengenai harga, sudah sangat terjangkau dan kualitas produk disana sesuai dengan harganya. Harga sangat terjangkau. Disana juga terdapat diskon."¹²

Dari hasil wawancara dengan pelanggan tersebut, peneliti dapat melihat beberapa keunggulan dari toko Surya Elektronik dibandingkan dengan toko elektronik lainnya yang ada di desa Larangan. Beberapa keunggulan tersebut seperti kualitas produk yang bagus, harga lebih murah serta seringnya memberikan diskon kepada pelanggan.

Toko Surya Elektronik adalah toko yang menyediakan bermacam-macam alat elektronik yang berada di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten

¹² Moh. Zainuddin, *Pelanggan Toko Surya Elektronik*, Wawancara Lansung (24 Agustus 2022).

Pamekasan atau di selatannya Bank BPRS. Toko ini didirikan oleh H. Mukhlis pada tahun 2020. Usaha ini dirintis sejak saat itu dan terus berkembang cukup pesat sampai saat ini. Mulainya usaha ini didirikan karena terbatasnya alat elektronik yang dijual di toko-toko lain dan mengahuruskan untuk pergi ke kota untuk membelinya. Di toko tersebut juga mepekerjakan 5 karyawan, dan omset perbulannya mencapai 25-30 jt.

Berdasarkan survey awal yang penulis lakukan pada toko Surya Elektronik Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, toko tersebut memberikan kualitas produk dan harga yang cukup terjangkau dibandingkan toko elektronik lainnya.

Dari paparan di atas, maka peneliti akan mengangkat tema tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Surya Elektronik di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Surya Elektronik di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Surya Elektronik di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan?

3. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Surya Elektronik di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko Surya Elektronik Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko Surya Elektronik Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Surya Elektronik di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik.¹³ Sejumlah asumsi dapat berbeda dengan antara satu dengan yang lain, karena apa yang dianggap benar oleh yang satu, dapat dianggap salah atau diragukan kebenarannya oleh yang lain. Variabel yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan diantaranya yaitu Kualitas Produk dan Harga. Kualitas Produk dan Harga mempunyai gambaran berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 104.

toko Surya Elektronik Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitian. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.¹⁴

Berdasarkan pengertian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

F. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini mempunyai dua manfaat atau kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pengembangan ilmu pengetahuan bagi setiap pembaca dan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), 84.

Dalam setiap pekerjaan apapun pastinya mempunyai sebuah tujuan. Adapun tujuan secara praktis dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti untuk menambah ilmu pengetahuan dan menambah wawasan serta menguji kemampuan peneliti. Peneliti juga dapat mengetahui apa saja kekurangan yang terjadi saat melakukan penelitian.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura

Penelitian ini akan menjadi tambahan koleksi perpustakaan IAIN Madura. Hasil penelitian ini akan menjadi salah satu tambahan sumber kajian mahasiswa atau mahasiswi khususnya untuk mahasiswa dan mahasiswi ekonomi syariah selanjutnya, baik untuk bahan materi perkuliahan ataupun penyusunan tugas akhir.

c. Bagi toko Surya Elektronik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi oleh perusahaan dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengendalikan suatu harga dan kualitas produk untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau keinginan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁵ Terdapat dua jenis variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, variabel independen (variabel X) yang terdiri dari kualitas produk (X1), dan harga (X2) serta variabel dependen (variabel Y) yaitu kepuasan pelanggan.

a. Variabel Independen (X)

Variabel bebas (independen) adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel lainnya.¹⁶ Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu:

1) Kualitas Produk (X₁)

Indikator pengukuran variabel kualitas Produk (X₁)¹⁷

- a) Desain yang bagus
- b) Keunggulan dalam bersaing
- c) Daya tarik fisik

2) Harga (X₂)

Indikator pengukuran variabel harga (X₂) Yaitu:¹⁸

- a) Keterjangkauan harga
- b) Daya saing harga
- c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat produk

b. Variabel Dependen

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 38.

¹⁶ Uhar Sujzsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), 75.

¹⁷ Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 2011), 11.

¹⁸ Willian J. Stanton. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 1999),308.

Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain.¹⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu.

- 1) Kepuasan Pelanggan (Y)²⁰
 - a) Terpenuhinya Harapan Pelanggan
 - b) selalu membeli produk
 - c) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya).

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi dalam penelitian ini yaitu Toko Surya Elektronik desa larangan luar kecamatan larangan kabupaten pamekasan.

H. Definisi Istilah

Penelitian perlu memberikan batasan terhadap istilah- istilah yang digunakan dalam penelitian agar terdapat kesamaan pemahan dan penafsiran serta terhindar dari kekaburan makna. Sehingga penulis harus mendeskripsikan makna dari istilah yang terdapat dalam judul “Pengaruh Kualiatas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Surya Elektronik di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan”.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Armtrong, kualita produk adalah sebuah produk dalam meperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketetapan, kemudahan pengoprasian

¹⁹ Uhar Sujzsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), 75.

²⁰ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), 40.

resparasi produk juga atribut lainnya.²¹ Maka peneliti bisa menarik kesimpulan keseluruhan ciri yang dimiliki suatu produk dan sesuai dengan fungsi atau kegunaan produk tersebut sehingga dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan.

2. Harga

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal, “Murah” atau “Mahal”nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya.²² Maka peneliti bisa menarik kesimpulan bahwa nilai yang ditetapkan pada suatu produk dengan mempertimbangkan kualitas yang dimiliki produk tersebut dengan ketentuan jika nilai produk yang ditetapkan pada suatu produk tinggi, maka kualitas yang dimiliki produk tersebut harus tinggi atau baik pula, begitupun sebaliknya.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Gasperz, kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang digunakan.²³ Maka peneliti bisa menarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan baik perasaan senang ataupun kecewa setelah membandingkan

²¹ Basrah Saidani dan Samsul Ariin, “Pengaruh Kualitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 1 (Desember 2012), 4.

²² Pandji Anogara, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011) 192-193.

²³ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 10.

antara produk yang diterima dengan produk yang diharapkan yang diungkapkan secara lisan maupun non lisan.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Pada Jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung)” oleh Athira Tjahya Utami dan Arlin Ferlina Moch. Trenggana, 2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa deskriptif dan kausal.

Hasil penelitian diketahui secara parsial bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan untuk pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1), harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terlihat dari nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ selain itu dapat dibandingkan juga F_{tabel} dengan F_{hitung} yaitu terlihat bahwa $F_{tabel} 3,09 < F_{hitung} 147,751$. Besarnya pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap F_{hitung} kepuasan konsumen sebesar 75,1%, sedangkan sisanya 24,9%.

Perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Athira Tjahya Utami dan Arlin Ferlina Moch. Trenggana menghasilkan bahwa variabel kualitas produk (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian

ini menghasilkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Athira Tjahya Utami dan Arlin Ferlina Moch. Trenggana menghasilkan bahwa variabel harga (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini menghasilkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Skripsi berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Al-wahida Indonesia (Studi pada Al Fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)" Oleh Fahtira Firdha Noor, 2020. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis regresi.

Hasil dari penelitian tersebut yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Al-Fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Al-fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu, diterima. Selain itu, besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Al-fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,696 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen

karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R² sebesar 0,485 yang berarti 48,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu.

Persamaan dari hasil penelitian diatas dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fahtira Firdha Noor menghasilkan bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini menghasilkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perbedaan dari hasil penelitian diatas dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini kepuasan konsumen di pengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

3. Pada Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. di Makasar" oleh A. Irwana, 2017. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis regresi.

Hasil dari penelitian tersebut yaitu Besarnya kontribusi pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kualitas pelayanan karyawan pada

Alfamart Todopuli adalah sebesar 86,1%. Sementara sisanya sebesar 13,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh A. Irwana menghasilkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini menghasilkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh A. Irwana menghasilkan bahwa secara parsial variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini menghasilkan bahwa variabel harga juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.