

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli Pada CV. Bintang Terang Kabupaten Tapanuli Tengah

Fitriani¹⁾, Hadijah Sipahutar²⁾, Alfansuri Tanjung³⁾

^{1,2,3)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al Washliyah Sibolga

Koresponden : ani.fitri092918@gmail.com ¹⁾, khadijahsipahutar12@gmail.com ²⁾
alfansuritanjung85@gmail.com ³⁾

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembeli pada CV. Bintang Terang Kabupaten Tapanuli Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli Pada CV. Bintang Terang Kabupaten Tapanuli Tengah. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Bintang Terang Kabupaten Tapanuli Tengah yang berjumlah 75 (tujuh puluh lima) orang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survey, yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang alamiah dan penelitian melakukan pengumpulan data melalui observasi, penyebaran dokumentasi kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Hasil analisis regresi dengan persamaan $Y = 25,828 + 0,189X_1 + 0,206X_2$, dapat dijelaskan konstanta sebesar 25,828 artinya apabila kualitas produk (variabel X_1) dan harga (variabel X_2) = 0, maka kepuasan pembeli variabel $Y = 25,828$ dan apabila kualitas produk (variabel X_1) dan harga (variabel X_2) = 1, maka kepuasan pembeli (variabel Y) = 26,223. Dari uji F (Simultan) atau F_{test} , maka diperoleh $F_{hitung} 3,855 > F_{tabel} 3,124$. Oleh karena itu $F_{hitung} 3,855 > F_{tabel} 3,124$, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pembeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah. Maka hasil dari uji F, Hipotesa yang penulis teliti dari penelitian ini dapat dinyatakan **Diterima**. Hasil Penelitian ini menunjukkan: Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembeli; Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembeli; Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembeli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga Dan Kepuasan Pembeli

PENDAHULUAN

Pada era serba kompetitif seperti sekarang ini persaingan dunia usaha semakin tajam saja. Mengingat tingkat persaingan yang terus terjadi maka diperlukan strategi untuk mempertahankan pelawanan ditengah-tengah persaingan yang kompetitif seperti ini.

Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu strategi agar konsumen memperoleh kepuasan. Oleh karena itu pelayanan yang berkualitas menjadi tantangan bagi setiap pelaku usaha. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif.

Melihat dimensi apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam usaha dagang, khususnya pada sektor jasa terhadap kepuasan konsumen, penulis melihat bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tengibles* (Bukti Langsung), *Emphathy* (Empati), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan).

Salah satu pelaku usaha yang menurut penulis cukup berhasil adalah CV. Bintang Terang Tapteng. Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan pada CV. Bintang Terang Tapteng dimana konsumen yang berbelanja pada CV. Bintang Terang Tapteng masih sedikit dibandingkan dengan usaha dagang sembilan bahan pokok (sembako) lainnya. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak merasa puas dengan berbagai faktor seperti lokasi CV. Bintang Terang Tapteng yang tergolong jauh dari pemukiman rumah masyarakat, tidak adanya promosi pada CV. Bintang Terang Tapteng, Harga produk yang dijual kurang terjangkau dan pelayanan yang ada pada CV. Bintang Terang Tapteng masih kurang maksimal, dilihat dari terdapatnya beberapa kemasan produk. Sebagaimana yang telah diuraikan di atas dan dilatar belakangi penjelasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli Pada CV. Bintang Terang Tapteng”**.

LANDASAN TEORI

Menurut **Kotler dan Keller (2012:325)**, “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, produk, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide-ide”. Sedangkan menurut **William J Stanton (1996:222)**, “produk adalah kumpulan dari atribut atribut yang nyata maupun yang tidak nyata, termasuk didalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Menurut **Kotler dan Armstong (2018:358)**, mengatakan bahwa “Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Menurut **Utami (2010:162) dalam (Lesmana, 2017:6)** “Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan”.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah banyaknya kualitas atau macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari banyaknya jenis, merek, warna, bahan, ukuran, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Menurut **Kotler dan Keller (2008:15)** Terciptanya dari variasi produk yang dihasilkan oleh pemasar adalah sebagai berikut :

- 1) Pelanggan mempunyai minat serta kemauan yang berbeda dengan yang lainya jika pelaku usaha mampu menyediakan opsi atau tipe produk yang berbagai macam, sehingga konsumen memiliki daya tarik tersendiri untuk melakukan pembelian. Penyediaan variasi produk dalam sebuah toko yang di lakukan oleh pelaku usaha dalam suatu produk, akan mempermudah konsumen dalam memilih .
- 2) sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginanya.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2013:151) dalam (Enos Korawa, 2018:29)** “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa

tersebut”. Sedangkan menurut **Tjiptono, (2018:333)**, “Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan”.

Tujuan Penetapan Harga Menurut (**Nurcahyo, 2019:26**), adalah sebagai berikut :

1) Menetapkan laba maksimum.

Terjadi harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Sebab makin besar pula kemungkinan bagi penjual mempunyai harapan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

2) Mencegah atau mengurangi persaingan.

Dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Harga ini dapat diketahui bagaimana penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingannya hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga, tetapi melalui servis lain.

3) Memperbaiki atau mempertahankan pangsa pasar

Memperbaiki pangsa pasar dilakukan bila kemampuan di bidang lain seperti di bidang pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting bagi perusahaan

Menurut **Tjiptono (2015:45)**, mengemukakan bahwa “Kepuasan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, dengan perkataan lain, pilih alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan”.

Menurut **Thompson (2016:57)** ada 4 indikator dalam keputusan pembelian yaitu :

1) Sesuai kebutuhan

Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.

2) Mempunyai manfaat

Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen. Ketepatan dalam membeli produk.

3) Harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.

4) Pembelian berulang Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif dengan pendekatan studi korelasional, merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan korelasional antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di CV. Bintang Terang Tapteng, berada disibuluan Jln. PLTA Sipansihaporas No. 138 Kecamatan Pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan November-Desember 2022.

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 300 orang yang diambil berdasarkan jumlah rata-rata konsumen yang berbelanja perbulannya.

CV. Bintang Terang Tapteng Teknik untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerances* sebesar 0,10 atau 10%)

Dari rumus tersebut, maka dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{300}{1 + (300 \cdot 10\%^2)} = 75$$

Jadi sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 konsumen pada CV. Bintang Terang Tapteng.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. Sumber data penelitian ini adalah Sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari penyebaran angket kepada responden yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Studi Kepustakaan

Dilakukan studi kepustakaan dengan mengumpulkan teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan. Teori sebagai penjelas sekaligus jalan penghubung pola berpikir antar variabel. Teori-teori didapat dari literatur penelitian terdahulu, buku, dan jurnal yang terpublikasi.

2) Studi Lapangan

Studi Lapangan yaitu dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara :

a. Wawancara

Wawancara adalah Kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi dan data sesuai dengan apa yang menjadi faktor penelitian.

b. Kuesioner (*Questionnaire*)

Kuesioner yaitu bentuk metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden, dengan harapan dapat memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.

Teknik Analisis Data

Rumusan Masalah pada penelitian akan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) dengan tahap-tahap sebagai berikut yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas Data, Uji Multikolinieritas, Analisis Koefisien Korelasi, Uji Heteroskedastisitas, Uji Kofisien Determinasi, Uji Secara Simultan (Uji F), Uji Secara Parsial (Uji *t*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang diarahkan untuk mengukur ketepatan atau kecermatan apa yang ingin diukur. Dalam melakukan pengukuran mengenai validitas dilakukan dengan melakukan korelasi antara item pertanyaan dengan item total (*score total*), atau dengan melihat nilai *corrected item - total correlation program SPSS. 23 for windows*. Penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya

dilakukan uji signifikan dengan taraf signifikan **0,05**. Artinya suatu item dianggap valid jika memiliki nilai *corrected item total correlation* $> 0,3$.

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, dapat disajikan hasil olahan data mengenai pengujian validitas atas instrumen penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Validitas

Quesioner	Corrected Item Total	Standar	Validitas
	Corelation (r hitung)		
Kualitas Produk (X1)			
Quiz 1	0,473	0,3	Valid
Quiz2	0,471	0,3	Valid
Quiz 3	0,538	0,3	Valid
Quiz 4	0,377	0,3	Valid
Quiz 5	0,759	0,3	Valid
Quiz 6	0,671	0,3	Valid
Quiz 7	0,559	0,3	Valid
Quiz 8	0,629	0,3	Valid
Quiz 9	0,473	0,3	Valid
Quiz 10	0,483	0,3	Valid
Harga (X2)			
Quiz 1	0,657	0,3	Valid
Quiz2	0,522	0,3	Valid
Quiz 3	0,518	0,3	Valid
Quiz 4	0,645	0,3	Valid
Quiz 5	0,457	0,3	Valid
Quiz 6	0,445	0,3	Valid
Quiz 7	0,488	0,3	Valid
Quiz 8	0,575	0,3	Valid
Quiz 9	0,657	0,3	Valid
Quiz 10	0,499	0,3	Valid
Kepuasan Pembeli (Y)			
Quiz 1	0,590	0,3	Valid
Quiz2	0,415	0,3	Valid
Quiz 3	0,555	0,3	Valid
Quiz 4	0,488	0,3	Valid
Quiz 5	0,572	0,3	Valid
Quiz 6	0,480	0,3	Valid
Quiz 7	0,432	0,3	Valid

Quiz 8	0,507	0,3	Valid
Quiz 9	0,552	0,3	Valid
Quiz 10	0,538	0,3	Valid

Sumber : Data Diolah Peneliti 2023

Hasil pengujian validitas dari ketiga variabel penelitian yakni kualitas produk, harga dan kepuasan pembeli dengan 30 butir pertanyaan, maka semua pernyataan sudah valid, karena memiliki nilai *corrected item total correlation* di atas dari 0,3.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang sama. Nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah sebesar 0,60. Untuk mengetahui atau mendapatkan nilai tingkat reliabilitas dimensi pembentuk laten mengenai kepuasan pembeli dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	N of Item	Cronbach's Alpha	Status
Kualitas Produk	75	10	0,733	Reliabel
Harga	75	10	0,739	Reliabel
Kepuasan Pembeli	75	10	0,683	Reliabel

Sumber : Hasil olahan data, SPSS.23

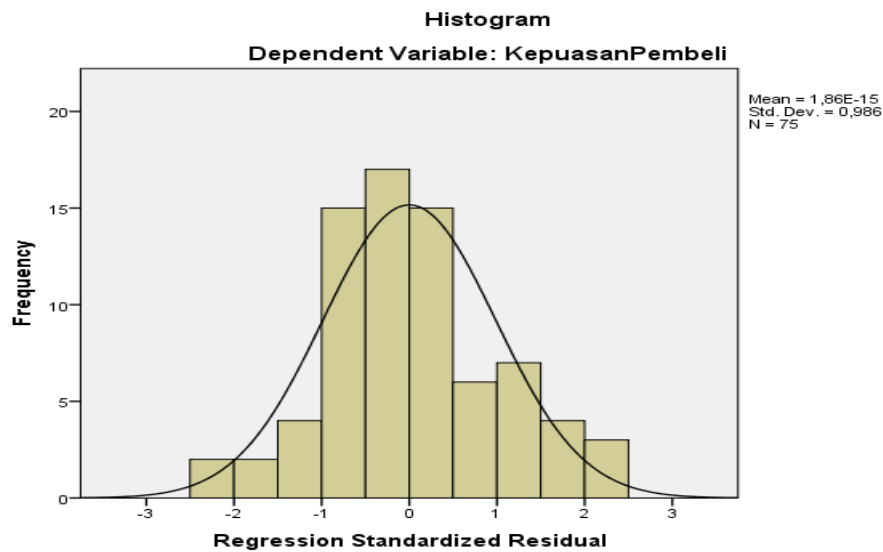
Dari Tabel di atas, yakni hasil pengujian reliabel untuk 30 item pertanyaan, nampak bahwa semua item pertanyaan yang diuji reliabel sebab memiliki nilai *cronbach's alpha if item deleted* sudah diatas 0,60, dan. Hal ini dapat diperincikan bahwa untuk variabel Kualitas Produk dengan 10 item pertanyaan maka semua indikator pertanyaan dalam variabel pengetahuan reliabel karena *nilai cronbach's alpha* sebesar 0,733. Kemudian untuk variabel Harga dengan 10 item pertanyaan, semua item pertanyaan reliabel dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,739. Dan untuk variabel Kepuasan Pembeli dengan 10 item pertanyaan, semua item pertanyaan reliabel dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,683.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

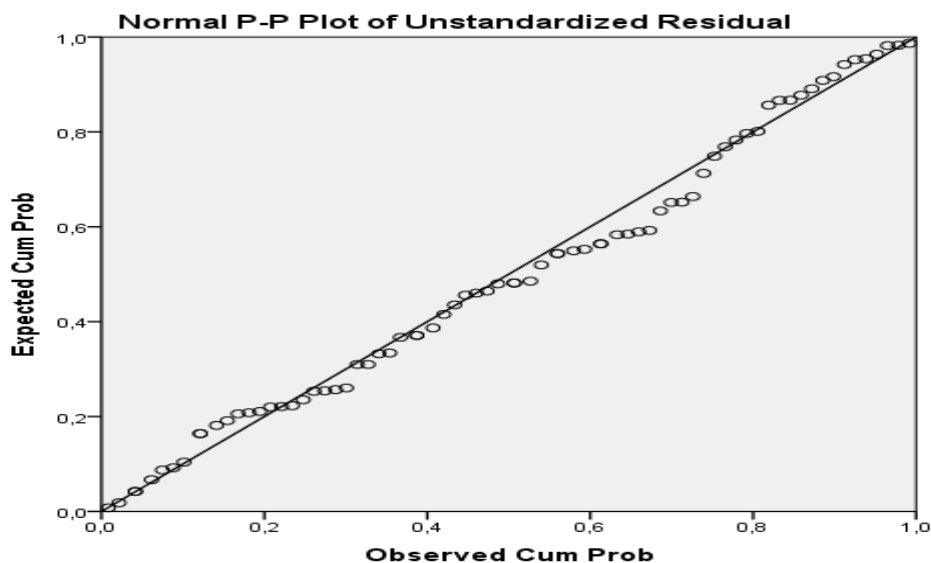
Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi berdistribusi normal, yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.1



Pada Gambar di atas menunjukkan bahwa gambar grafik histogram memberikan distribusi yang melenceng kekanan yang artinya adalah data berdistribusi normal.

Gambar 4.2



Dan grafik P plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Analisis Statistik

Salah satu analisis statistik untuk menguji normalitas adalah uji statistik non varametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S), Uji ini dilakukan dengan melakukan hipotesis. Jika probalitas $< 0,05$, maka H_a diterima, sebaliknya jika probabilitas $> 0,05$ maka H_a diterima, artinya data residual berdistribusi normal.

Tabel 4.3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,61388701
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,057
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil penelitian data diolah 2023

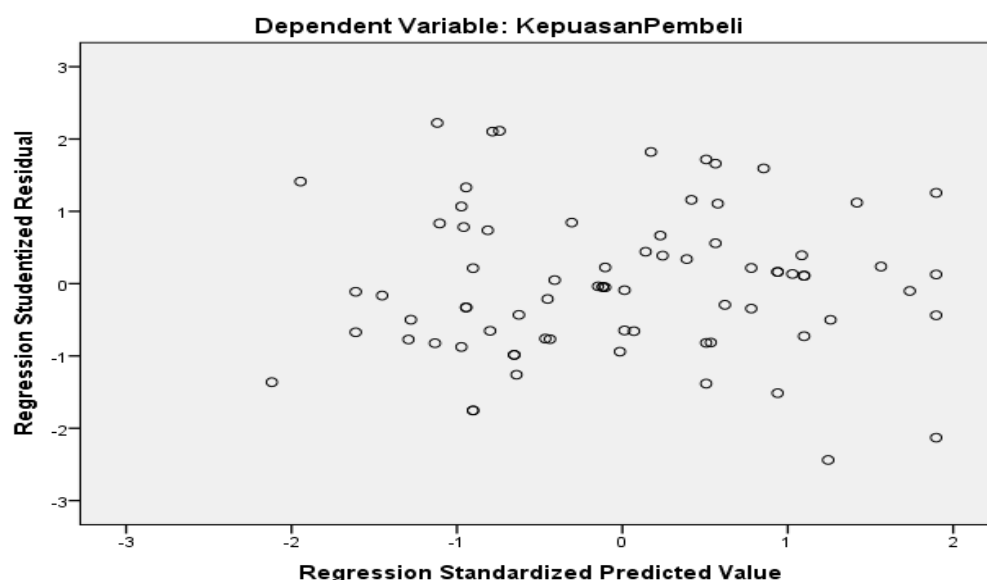
Hasil penelitian Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini menunjukkan probabilitas = 0,200 dengan demikian data pada penelitian ini berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk melakukan uji r dan Uji t karena $0,200 > 0,05$ (H_a diterima)

c. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini dapat dilihat model regresinya pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.3

Scatterplot



Pada Gambar di atas *Scatterplot* diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur, serta titik-titik menyebar. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak untuk dipakai dalam memprediksi variabel dependen berdasarkan masukan variabel independen.

d. Uji Multikolonieritas

Adanya hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi multikoliner sempurna muncul ketika jumlah observasi nol, sedangkan multikoliner tak sempurna muncul ketika jumlah observasi lebih kecil dari jumlah parameter yang akan ditaksir. Untuk mengetahui multikoliner adalah dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dimana variabel dikatakan mempunyai masalah multikoliner apabila nilai tolerance $\leq 0,1$ atau nilai VIF ≥ 10 . Dan apabila tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dimana variabel dikatakan tidak mempunyai masalah multikoliner apabila nilai tolerance $\geq 0,1$ atau nilai VIF ≤ 10

Tabel 4.4

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25,828	6,596		3,916	0		
	KualitasProduk	0,189	0,136	0,162	1,388	0,169	0,927	1,079
	Harga	0,206	0,106	0,226	1,94	0,056	0,927	1,079

a. Dependent Variable: KepuasanPembeli

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak mempunyai masalah multikoliner.

e. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pembeli (Y), maka hasil dari pengolahan data melalui *program SPSS 23 For windows*. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan tiga variabel penulis memberikan kriteria sebagai berikut : **Sugiyono (2013 : 250)**

0,00 – 0,19 : Korelasi sangat rendah
 0,20 – 0,30 : Korelasi rendah
 0,40 – 0,59 : Korelasi cukup tinggi
 0,60 – 0,79 : Korelasi tinggi
 0,80 – 1,00 : Korelasi sangat tinggi

Tabel 4.5

Correlations				
		KualitasProduk	Harga	KepuasanPembeli
KualitasProduk	Pearson Correlation	1	,270*	0,223
	Sig. (2-tailed)		0,019	0,055
	N	75	75	75
Harga	Pearson Correlation	,270*	1	,269*
	Sig. (2-tailed)	0,019		0,019
	N	75	75	75
KepuasanPembeli	Pearson Correlation	0,223	,269*	1
	Sig. (2-tailed)	0,055	0,019	
	N	75	75	75

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa :

- Korelasi kualitas produk (variabel X1) terhadap kepuasan pembeli (variabel Y) adalah 0,223. Dengan interval 0,20 – 0,30, yang tergolong korelasi rendah.
- Korelasi harga (Variabel X2) dengan kepuasan pembeli (Variabel Y) adalah 0,269. Dengan interval 0,20 – 0,30 yang tergolong korelasi rendah,
- Sedangkan Korelasi kualitas produk (variabel X1) dan harga (Variabel X2) terhadap kepuasan pembeli (variabel Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,311 ^a	0,097	0,072	3,66374

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KepuasanPembeli

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa korelasi antara kualitas produk (variabel X1) dan harga (Variabel X2) terhadap kepuasan pembeli (variabel Y) adalah sebesar 0,311 yang berarti terdapat korelasi positif dan tergolong korelasi rendah.

f. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menentukan pengaruh antara variabel X1 terhadap variabel Y, antara variabel X2 terhadap variabel Y, dan variabel X1, X2 terhadap variabel Y. Hasil pengujian dengan regresi linier ditunjukkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.7

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25,828	6,596		3,916	0		
	KualitasProduk	0,189	0,136	0,162	1,388	0,169	0,927	1,079
	Harga	0,206	0,106	0,226	1,94	0,056	0,927	1,079

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa :

- Pengaruh kualitas produk (variabel X1) terhadap kepuasan pembeli (variabel Y) adalah

$$Y = a + b_1X_1$$

$$Y = 25,828 + 0,189X_1$$

Hasil analisis regresi dengan persamaan $Y = 25,828 + 0,189X_1$,

dapat dijelaskan konstanta sebesar 25,828 artinya apabila kualitas produk (variabel X1) = 0, maka kepuasan pembeli variabel Y = 25,828 dan apabila kualitas produk (variabel X1) = 1, maka kepuasan pembeli (variabel Y) = 26,017.

- Pengaruh harga (variabel X2) terhadap kepuasan pembeli (variabel Y) adalah

$$Y = a + b_2X_2$$

$$Y = 25,828 + 0,206 X_2$$

Hasil analisis regresi dengan persamaan $Y = 25,828 + 0,206 X_2$,

dapat dijelaskan konstanta sebesar 25,828 artinya apabila harga (variabel X2) = 0, maka kepuasan pembeli variabel Y = 25,828 dan apabila harga (variabel X2) = 1, maka kepuasan pembeli (variabel Y) = 26,034

3. Pengaruh kualitas produk (variabel X1) dan harga (variabel X2) terhadap kepuasan pembeli (variabel Y) adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 25,828 + 0,189X_1 + 0,206X_2$$

Hasil analisis regresi dengan persamaan $Y = 25,828 + 0,189X_1 + 0,206X_2$, dapat dijelaskan konstanta sebesar 25,828 artinya apabila kualitas produk (variabel X1) dan harga (variabel X2) = 0, maka kepuasan pembeli variabel Y = 25,828 dan apabila kualitas produk (variabel X1) dan harga (variabel X2) = 1, maka kepuasan pembeli (variabel Y) = 26,223.

Hal ini menjelaskan bahwa apabila kualitas produk dan harga di perusahaan ditingkatkan lagi maka akan memberikan kepuasan pembeli kepada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah.

g. Uji Determinasi

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X1 (Kualitas Produk), variabel X2 (Harga) dan variabel Y (Kepuasan Pembeli) pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah.

Tabel 4.8

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,311 ^a	0,097	0,072	3,66374

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KepuasanPembeli

Dapat dilihat pada tabel di atas, diketahui bahwa besarnya pengaruh (R Square) antara variabel X1 (Kualitas Produk), variabel X2 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pembeli) pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah adalah sebesar 0,097 atau 9,7% dan sisanya sebesar 90,3% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel disiplin, kesejahteraan, dan lain-lain.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- Membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan:
 - Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis (H_o) ditolak
 - Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis (H_o) diterima
- Mencari nilai derajat kebebasan (dk), yaitu = 3, dalam hal ini $n = 75$, maka $dk = 75 - 3 = 72$
- Setelah nilai dk diketahui, maka nilai t_{tabel} (diketahui dalam tabel t) untuk $dk = 72$, pada taraf signifikan 0,05 adalah sebesar 1.666. Selanjutnya nilai t_{hitung} dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25,828	6,596		3,916	0		
	KualitasProduk	0,189	0,136	0,162	1,388	0,169	0,927	1,079
	Harga	0,206	0,106	0,226	1,94	0,056	0,927	1,079

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembeli

Dari hasil perhitungan uji t pada tabel diatas, selanjutnya nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , setelah dibandingkan memperoleh hasil yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji t maka diperoleh t_{hitung} sebesar $1,388 > t_{tabel}$ sebesar 1,666 dan nilai taraf signifikan (Sig) $0,169 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembeli (Y).
2. Berdasarkan hasil uji t maka diperoleh t_{hitung} sebesar $1,94 < t_{tabel}$ sebesar 1,666 dan nilai taraf signifikan (Sig) $0,056 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya Harga (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pembeli (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pembeli (Y), model hipotesis yang digunakan dalam Uji F ini adalah sebagai berikut :

H_0 : Kualitas produk dan harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pembeli pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah.

H_a : Kualitas produk dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pembeli pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 75 responden dan jumlah keseluruhan Variabel (k) adalah 3 sehingga diperoleh:

a. df (pembilang) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$

b. df (penyebut) = $n - k = 75 - 3 = 72 = 3,124$

Nilai F hitung akan diperoleh dengan bantuan *program aplikasi SPSS-23 for windows*, kemudian akan dibandingkan dengan F tabel pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

H_0 =diterima apabila F hitung lebih besar dari F tabel dengan $\alpha = 5\%$

H_a = ditolak apabila F hitung lebih kecil dari F tabel dengan $\alpha = 5\%$

Berikut ini hasil perhitungan Uji F menggunakan program aplikasi SPSS-2.3 for windows.

Tabel 4.10**Uji Simultan**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103,493	2	51,747	3,855	,026 ^b
	Residual	966,453	72	13,423		
	Total	1069,947	74			
a. Dependent Variable: KepuasanPembeli						
b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk						

Pada tabel di atas terlihat bahwa $F_{hitung} 3,855 > F_{tabel} 3,124$. Oleh karena itu $F_{hitung} 3,855 > F_{tabel} 3,124$, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pembeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah. Maka hasil dari uji F, Hipotesa yang penulis teliti dari penelitian ini dapat dinyatakan diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji autokorelasi ketiga variabel yaitu variabel kualitas produk (X_1) dan variabel harga (X_2) dengan variabel kepuasan pembeli (Y) adalah sebesar 0,311 yang berarti terdapat korelasi positif dan tergolong korelasi rendah.
2. Berdasarkan uji determinasi diketahui bahwa besarnya pengaruh pengaruh (R^2) antara variabel X_1 (Kualitas produk), variabel X_2 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pembeli) pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah adalah sebesar 0,097 atau 9,7% dan sisanya sebesar 90,3% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel disiplin, kesejahteraan, dan lain-lain.
3. Hasil analisis regresi dengan persamaan $Y = 25,828 + 0,189X_1 + 0,206X_2$, dapat dijelaskan konstanta sebesar 25,828 artinya apabila kualitas produk (variabel X_1) dan harga (variabel X_2) = 0, maka kepuasan pembeli variabel $Y = 25,828$ dan apabila kualitas produk (variabel X_1) dan harga (variabel X_2) = 1, maka kepuasan pembeli (variabel Y) = 26,223
4. Dari hasil perhitungan uji t, nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , setelah dibandingkan memperoleh hasil yaitu :
 - a) Berdasarkan hasil uji t maka t_{hitung} sebesar 1,388 > t_{tabel} sebesar 1,666 dan nilai taraf signifikan (Sig) 0,169 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembeli (Y).
 - b) Berdasarkan hasil uji t maka diperoleh t_{hitung} sebesar 1,94 < t_{tabel} sebesar 1,666 dan nilai taraf signifikan (Sig) 0,056 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya Harga (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pembeli (Y).
 - c) Dari uji F (Simultan) atau F_{test} , maka $F_{hitung} 3,855 > F_{tabel} 3,124$. Oleh karena itu $F_{hitung} 3,855 > F_{tabel} 3,124$, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pembeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli pada CV. Bintang Terang Tapanuli Tengah. Maka hasil dari uji F, Hipotesa yang penulis teliti dari penelitian ini dapat dinyatakan **Diterima**.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R.M, 2020. *Efektivitas Bisnis Startup Digital PT. Jojo Nomic Indonesia Dalam Nilai Keuntungan Dan Ibadah Era Covid-19*, Jurnal Riset Entrepreneurship.
- Ebert dan Griffi. 2015. *Pengantar Bisnis Edisi kesepuluh*. Jakarta. Erlangga.
- Fandy Tjiptono dan Gregerius Chandra. 2012. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. ANDI
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta. ANDI
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Armstrong, 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga

-
- Masumah. 2019. *Upaya Peningkatan Hasil Belajar IPA Melalui Metode Demonstrasi Pada Materi Gaya*. Repository UINJKT
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- STIE Al - Washliyah Sibolga / Tapanuli Tengah, 2022, *Pedoman Penulisan dan Penyusunan Skripsi / Laporan Penelitian*. Sibolga : STIE Al- Washliyah Sibolga/ Tapanuli Tengah
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung. Alfabeta. cv
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. ANDI