

**PENGARUH HARGA DAN VARIAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus di PT. Kedaung Group Surabaya)**

Linda Safilin / 1121408102

Prodi Administrasi Bisnis, Fisip. Universitas 17 Agustus Surabaya.

ABSTRACT

In this study the authors conducted research on the influence of price and varian product to the satisfaction customer at PT. Kedaung Group Surabaya. Population in this research is consumer who sell product at PT. Kedaung Group. Data collection techniques were obtained by distributing questionnaires via online media or emails sent to customers of PT. Kedaung Group Surabaya. The number of samples used in this study as many as 100 respondents taken from consumers in PT. Kedaung Group Surabaya. then conducted an analysis of the data obtained by using data analysis quantitatively.

The results showed that the price has a positive and significant effect on customer satisfaction in PT. Kedaung Group Surabaya. Product Variant has positive and significant effect to customer satisfaction of PT. Kedaung Group Surabaya. Price and Variant Products together have a positive and significant impact on customer satisfaction of goods in PT. Kedaung Group Surabaya. The most dominant factor in customer satisfaction is Price.

Keywords: Price variant product, and service satisfaction.

Pendahuluan

Perusahaan masa kini sedang menghadapi persaingan terberat yang pernah dihadapi. Mereka beralih dari filosofi pemasaran, mereka dapat memenangkan persaingan. Perusahaan dapat menarik konsumen dan mengungguli pesaing mereka. Jawabannya adalah dengan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen secara lebih baik. Hanya perusahaan yang berfokus pada konsumen yang berhasil menarik konsumen, dan bukan hanya berhasil memperkenalkan produk.

Harga yang menurut Basu Swastha (2006) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sebagai contoh, harga yang ditawarkan suatu merek yang terlalu mahal sementara karakteristik yang ditawarkan sama dengan merek saingannya, hal

semacam itu juga dapat menyebabkan perpindahan merek. Dan kebutuhan mencari variasi produk telah diidentifikasi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan perpindahan merek (Tjiptono, dan Chandra, 2007).

Kedaung Group merupakan perusahaan alat rumah tangga terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1969 oleh Agus Nursalim, dimana satu-satunya tempat yang menjual berbagai macam peralatan rumah tangga atau pecah belah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti piring, sendok, garpu, panci, gelas, wajan, dan lain-lain semuanya Anda bisa dapatkan di Kedaung Group seluruh Indonesia. Selain peralatan pecah belah, disini juga terdapat alat untuk rumah tangga seperti alat pembersih rumah. Toko ini dibuka setiap harinya dan tutup di hari besar, jam operasionalnya jam 09.00-16.30 WIB. Didekat lokasi terdapat pabrik Roti Khong Guan Rungkut Surabaya.

Perumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan produk di pada PT. Kedaung Group Surabaya?
2. Adakah pengaruh varian produk terhadap kepuasan pelanggan produk pada PT. Kedaung Group Surabaya?
3. Adakah pengaruh secara bersama-sama harga dan varian produk terhadap kepuasan pada PT. Kedaung Group Surabaya?
4. Manakah dari kedua faktor diatas yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

Tujuan Riset.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

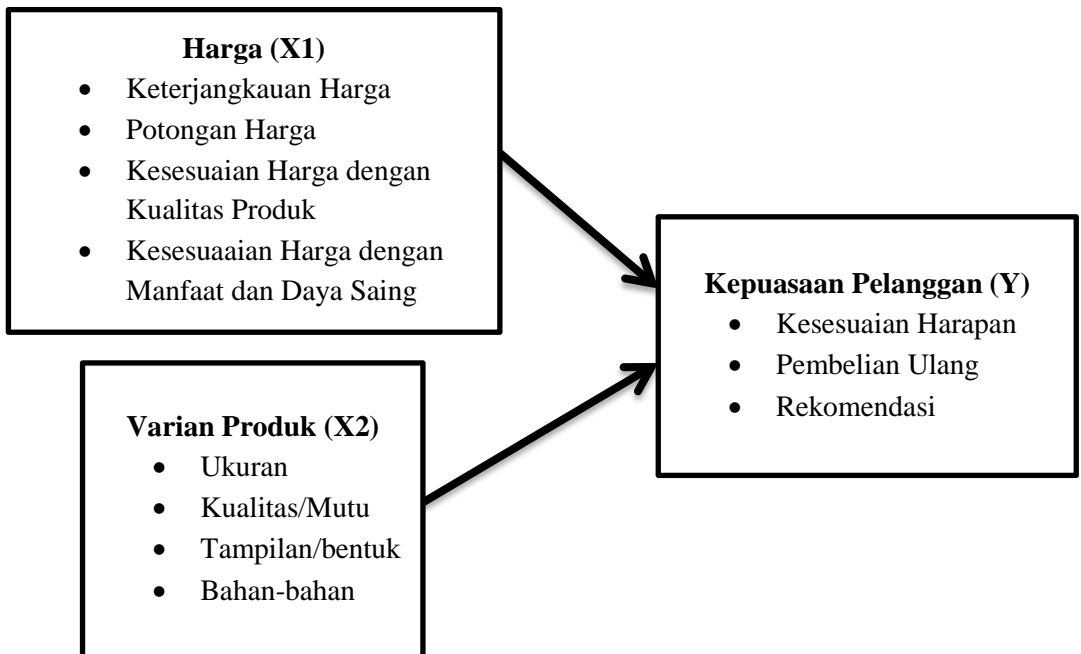
1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan produk pada PT. Kedaung Group Surabaya.
2. Pengaruh varian produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kedaung Group Surabaya.
3. Pengaruh harga dan varian produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk pada PT. Kedaung Group Surabaya.
4. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kedaung Group Surabaya.

Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki harga produk dan varian produk serta untuk kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis.
3. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

Kerangka Dasar Pemikiran

Dari yang telah diuraikan diatas, selanjutnya disajikan kerangka pikir penelitian Kerangka Pemikiran menggambarkan hubungan dari variable independen, dalam hal ini adalah harga (X1) dan varian produk (X2) terhadap variable dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).



Sumber : (Harga) Kotler dan Armstrong (2008:278) , (Varian Produk) Kotler & Keller (2008:82), (Kepuasan Pelanggan) Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101).

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kedaung Group Surabaya.

2. Varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kedaung Group Surabaya..
3. Harga dan Varian Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kedaung Group Surabaya.
4. Harga lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kedaung Group Surabaya dibandingkan dengan varian produk.

Metode Penelitian

Tipe Penelitian :

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional, dimana penelitian ini bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variabel pada suatu faktor berkaitan dengan variabel pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi.

Lokasi dan Waktu Penelitian :

Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian adalah PT. Kedaung Group yang bertempat di jalan Raya Rungkut no: 15-17, Surabaya. Waktu Penelitian ini yaitu bulan April 2018 – Juli 2018.

Populasi :

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berbelanja di Showroom PT. Kedaung Group dari masyarakat pada umumnya

Sampel :

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu *sampling insidental* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti atau responden konsumen yang sedang melakukan pembelian di PT. Kedaung Group Surabaya.

Analisis Data

Hasil Uji Validitas :

Metode yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini yaitu metode korelasi *product moment*. Nilai r_{tabel} diperoleh dari rumus: $r_{\text{tabel}}(\alpha, n-2)$ dari tabel *product moment*. Pada uji validitas diketahui $\alpha = 5\%$ dan $n = 100$ adalah jumlah responden, pengujian menggunakan uji satu sisi (*one tailed*). Jadi $r_{\text{tabel}}(5\%, 100-2)$ pengujian satu sisi (*one tailed*) = 0,1654. Setiap item pernyataan dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Adapun uji validitas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Validitas Harga

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Pengujian	Keterangan
1	Harga X1	P1	0,767	0,1654	r hitung > r tabel	Valid
		P2	0,800	0,1654		Valid
		P3	0,704	0,1654		Valid
		P4	0,729	0,1654		Valid

Sumber: Output SPSS diolah Penulis, 2018

Berdasarkan tabel 13 di atas, terlihat bahwa setiap item r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , setiap item pernyataan dalam variabel Harga valid.

Tabel 4.9.1 Uji Validitas Varian Produk

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Pengujian	Keterangan
2	Varian Produk X2	P5	0,757	0,1654	r hitung > r tabel	Valid
		P6	0,622	0,1654		Valid
		P7	0,797	0,1654		Valid
		P8	0,844	0,1654		Valid

Sumber: Output SPSS diolah Penulis, 2018

Berdasarkan tabel 14 di atas, terlihat bahwa setiap item r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , maka dapat dinyatakan setiap item pernyataan dalam variabel Varian Produk valid.

Tabel 4.9.2 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Pengujian	Keterangan
3	Kepuasan Pelanggan Y	P9	0,801	0,1654	r hitung > r tabel	Valid
		P10	0,792	0,1654		Valid
		P11	0,837	0,1654		Valid

Sumber: Output SPSS diolah Penulis, 2018

Berdasarkan tabel 15 di atas, terlihat bahwa setiap item r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , maka dapat dinyatakan setiap item pernyataan dalam variabel Kepuasan Konsumen valid.

Hasil Uji Reliabilitas :

Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian yaitu menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menentukan suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidak maka dapat menggunakan batas nilai Alpha 0,6. Apabila nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6 maka intrumen tersebut dinyatakan reliabel. Adapun uji reliabilitas data sebagai berikut.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Harga, Varian Produk dan Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Nilai Reliabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Reliabel	Keterangan
1	Harga	0,809	0,6	> Nilai Cronbach Alpha	Reliabel
2	Varian Produk	0,804	0,6		Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,764	0,6		Reliabel

Sumber: Output SPSS diolah Penulis, 2018

Berdasarkan tabel 13 di atas, dapat diketahui variabel Harga, Varian Produk dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai reliabel lebih besar dari pada batas nilai Cronbach's Alpha sehingga dapat dinyatakan semua instrumen reliabel.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,878	1,272		,690	,492		
	VARIAN PRODUK	,395	,078	,360	5,096	,000	,767	1,303
	HARGA	,553	,071	,553	7,814	,000	,767	1,303
a. Dependent Variable: KEPUASAAN PELANGGAN								

Sumber : Hasil SPSS 24 diolah penulis, 2018

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi berganda, dapat diketahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi pengaruh kualitas jasa dan penanganan komplain terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penghitungan analisis regresi dengan SPSS 24 diperoleh konstanta sebesar 0,878 dan koefisien regresi sebesar 0,395 untuk X1, koefisien regresi sebesar 0,050 untuk X2 sehingga dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = 0,878 + 0,553X1 + 0,395X2$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,878 mengandung pengertian bahwa jika harga (X1) dan varian produk (X2), adalah konstan, maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya adalah 0,878. Nilai ini juga berarti apabila PT. Kedaung Group sangat memperhatikan aspek harga dan varian produk maka kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group sebesar 0,878.
2. Koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar 0,553 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,553. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi variabel varian produk (X2) sebesar 0,395 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan varian produk mengalami kenaikan 1satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,395. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara varian produk dengan kepuasan pelanggan.
4. Melalui persamaan diatas dapat diketahui bahwa variabel independen yang lebih banyak mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pada variabel harga.

Jadi persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada harga dan varian produk akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini juga disebut dengan uji parsial. Pengujian ini bertujuan untuk menguji tingkat signifikansi hasil dari uji korelasi secara sendiri – sendiri atau masing masing variabel. Didalam mempermudah pengujian ini maka digunakan bantuan komputer dengan menggunakan program SPSS 24 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel Uji t :

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	,690	,492
	VARIAN PRODUK	5,096	,000
	HARGA	7,814	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAAN PELANGGAN

Sumber : *Hasil SPSS 24 diolah penulis, 2018*

Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai uji t dan nilai signifikansi yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil regresi. Untuk menetapkan nilai t tabel maka harus mencari nilai df,

sebagai berikut : $df = n - k$

Keterangan :

n = banyaknya sampel

k = Jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas + variabel terikat)

Sehingga diketahui :

$n = 101$ dan $k = 3$

$df = 101 - 3 = 98$, maka nilai t tabelnya adalah : 1,66055

dasar diterimanya suatu hipotesis adalah uji t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05 atau $<$ 0,05

Dari data diatas dapat dianalisis sebagai berikut :

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 7,814 dengan sig t sebesar 0,000 jadi pada penelitian ini t hitung $7,814 > 1,66055$ dengan sig t $<$ alpha ($0,000 < 0,05$) Maka H1 yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.
2. Pengaruh varian produk terhadap keputusan kepuasan pelanggan berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,096 dengan sig t sebesar 0,009 jadi pada penelitian ini t hitung $5,096 > 1,66055$ dengan sig t $<$ alpha ($0,000 < 0,05$) Maka H2 yang menyatakan varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.

Hasil Simultan (Uji F)

Uji F adalah hipotesis simultan yang digunakan untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Untuk mempermudah dalam analisa uji F penulis menggunakan program SPSS 24, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	364,088	2	182,044	81,724	,000 ^b
	Residual	216,072	97	2,228		
	Total	580,160	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, VARIAN PRODUK						

Sumber : Hasil SPSS 24 diolah penulis, 2018

Berdasarkan hasil analisa uji F pada table diatas dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 81,724 dan sig.F 0,000. Jadi, pada penelitian ini F sig F <alpha (0,000<0,05). Maka dengan ini hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh harga dan varian produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.

Analisis Determinasi (R²)

Analisis Determinasi (R²) merupakan uji pengaruh antara variable independen yaitu harga dan varian produk terhadap variable independen kepuasan pelanggan berdasarkan hasil analisis SPSS 24 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9 Analisis Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 ^a	,628	,620	1,49250
a. Predictors: (Constant), HARGA, VARIAN PRODUK				

Sumber : Hasil SPSS 24 diolah penulis, 2018

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis R sebesar 0.792 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara harga (X1) dan varian produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah kuat. Nilai R yang semakin mendekati 1 berarti semakin kuat hubungan antar variabel.

R *Square* (R^2) diperoleh 0,628 menunjukkan koefisien determinasi berasal dari $(0,792 \times 0,792)$ dalam persamaan regresi memperlihatkan bahwa 79,2% yang berarti presentase pengaruh harga dan varian produk terhadap kepuasan pelanggan sisanya sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini memisalkan variabel kualitas pelayanan dan promosi.

Pembahasan

Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tentang pendapatan menunjukkan bahwa pendapatan dari 100 responden yang berkunjung ke PT. Kedaung Group Surabaya sebagian besar berpendapatan antara Rp 1.000.000,00 – Rp 3.000.000,00 sejumlah 27 orang dengan persentase 27%, sedangkan pendapatan Rp 3.000.000,00 – Rp 5.000.000,00 sejumlah 42 orang dengan persentase 42% dan pendapatan lebih dari Rp 5.000.000,00 sejumlah 71 orang dengan persentase 71% dalam penelitian ini, hal ini sesuai dengan segmentasi pasar dari PT. Kedaung Group Surabaya yang lebih menyasarkan produknya pada generasi milenial.

Berdasarkan hasil penelitian koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,628 menunjukkan koefisien determinasi berasal dari $(0,792 \times 0,792)$ dalam persamaan regresi memperlihatkan bahwa 79,2% yang berarti presentase pengaruh harga dan varian produk terhadap kepuasan pelanggan sisanya sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini memisalkan variabel kualitas pelayanan dan promosi.

Berdasarkan hasil penelitian uji F diketahui F hitung sebesar 81,724 dan sig.F 0,000. Jadi, pada penelitian ini F sig F $< \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Maka dengan ini hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh harga dan varian produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian uji t terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 7,814 dengan sig t sebesar 0,000 jadi pada penelitian ini t hitung $7,814 > 1,66055$ dengan sig t $< \alpha$ ($0,000 < 0,05$) Maka H1

yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.

Sedangkan pengaruh varian produk terhadap keputusan kepuasan pelanggan berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,096 dengan sig t sebesar 0,009 jadi pada penelitian ini t hitung $5,096 > 1.66055$ dengan sig t $< \alpha (0,000 < 0,05)$ Maka H2 yang menyatakan varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.

Sehingga produk yang dijual di PT. Kedaung Group Surabaya saat berpengaruh pada kepuasan pelanggan karena harga yang sangat murah sesuai dengan kualitas produk, manfaat produknya, dan juga sesuai harga pabrik yang semestinya. Sehingga banyak para konsumen membeli produk untuk event-event seperti pernikahan, syukuran, atau acara keluarga misalnya. Dan juga banyak variasi produk yang membuat para kalangan suka akan produknya dan tidak bosan untuk berkunjung kembali ke PT. Kedaung Group Surabaya.

Kesimpulan :

Berdasarkan hasil Uji dan pembahasan yang telah peneliti lakukan tentang pengaruh harga dan varian produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya, dan didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh signifikan dari pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.
2. Ada pengaruh signifikan dari pengaruh varian produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya.
3. Pengaruh harga dan varian produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Diantara variabel harga dan varian produk yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Kedaung Group Surabaya adalah pengaruh harga.

Daftar Pustaka

- Basu Swastha dan Irawan, 2006, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty,. Yogyakarta. Dinary Manurung, 2001, Perilaku Konsumen, Salemba Empat, Jakarta.
- Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra. 2007. Service, Quality Satisfaction. Andi Offset. Yogyakarta. Husein Umar. 2007.
- Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.