

Kepuasan Konsumen Produk *Sokasi* Desa Kayubihhi Ditinjau dari Kualitas Produk dan Harga

Ni Made Pratiwi Telaga

Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: pratiwi.pt84@gmail.com

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
5 Juli 2021

Tanggal diterima:
20 Februari 2022

Tanggal
dipublikasikan:
26 Juni 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubihhi. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah konsumen produk *Sokasi* Desa Kayubihhi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan ditetapkan sampel sejumlah 75 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan alat analisis *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan sumbangan pengaruh sebesar 71,7%. Selain itu, kualitas produk secara parsial juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubihhi dengan sumbangan pengaruh sebesar 16,6%. Begitu pula dengan harga secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubihhi dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,1%. Maka dari itu, peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubihhi.

Kata kunci : Kualitas Produk; Harga; Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction on the products of *Sokasi* Desa Kayubihhi. The research design used is causal quantitative research. The subjects of this research are consumers of products in *Sokasi* Kayubihhi Village. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive method sampling and set a sample of 75 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis with the analysis tool *Statistical Package for Social Science* (SPSS). The results showed that product quality and price together had a significant effect on consumer satisfaction with a contribution of 71.7%. In addition, product quality can also partially increase consumer satisfaction on the products of *Sokasi* Kayubihhi Village with a contribution of 16.6% influence. Likewise, the price partially has a positive influence on consumer satisfaction on the product *Sokasi* *Kayubihhi* Village with a contribution of 21.1% influence. Therefore, improving product quality and setting appropriate prices can increase consumer satisfaction with products *Sokasi* Kayubihhi Village.

Keywords : Product Quality; Price; Customer Satisfaction

Pengutipan:
Telaga, N. M. P.
(2022). Kepuasan
Konsumen
Produk Sokasi
Desa Kayubihhi
Ditinjau dari
Kualitas Produk
dan Harga. Jurnal
Pendidikan
Ekonomi
Undiksha, 14(1),
19–26.
<https://doi.org/10.23887/jipe.v14i1.36572>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor usaha yang berkembang dikalangan masyarakat dengan kontribusi yang besar terhadap negara. Pada tahun 2019, produk domestik bruto (PDB) didominasi oleh UMKM yang menyumbang sebanyak 60,34% atau setara Rp. 694 Triliyun. Tenaga kerja yang dapat disaring oleh UMKM mencapai hingga sekitar 166 juta jiwa pada tahun 2019 (Sicilian, 2020)

Pengerajin bambu Desa Kayubih merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terletak di daerah Kabupaten Bangli. Usaha ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang menganyam bambu menjadi berbagai produk, salah satunya adalah *Sokasi*. Usaha ini telah beroperasi selama bertahun-tahun menyuplai produknya ke berbagai wilayah Provinsi Bali seperti Pasar Bangli, Pasar Kintamani, Pasar Sukawati, Pasar Kayuambua, dan daerah Batuan.

Permintaan akan pemenuhan kebutuhan untuk produk *Sokasi* akan terus berlanjut, sehingga agar dapat bertahan para pengerajin perlu memerhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah hal penting yang harus diperhatikan untuk dapat bertahan dan bersaing di dunia bisnis.

Kepuasan konsumen adalah rasa bahagia atau sedih yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan kinerja produk yang diterima konsumen (Kotler, 2018). Dalam mempertahankan kepuasan konsumen, terdapat berbagai faktor yang harus diperhatikan diantaranya kualitas produk dan harga. Kualitas produk menjadi faktor permata yang memengaruhi kepuasan konsumen secara positif, konsumen akan merasakan kepuasan ketika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas produk di benak mereka. Selain kualitas produk, harga juga menjadi tolak ukur pertimbangan kepuasan konsumen. Jika konsumen menemukan produk dengan kualitas yang sama, namun menetapkan harga yang relatif murah maka akan

meningkatkan nilai yang diterima oleh konsumen (Lupiyoadi, 2013)

Kualitas produk dan harga bisa berpengaruh positif maupun negatif terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu suatu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk dan harga agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk dan harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen telah dibuktikan secara empirik oleh beberapa penelitian terdahulu dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Ofela, 2016; Razak, 2016; Tombeng, 2019)

Hal pertama yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penilaian kepuasan konsumen. Jika suatu kualitas dianggap baik dan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan akan menimbulkan kepuasan. Kualitas produk adalah fitur dan karakteristik yang mampu memberikan kepuasan konsumen (Kotler, 2018). Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil lebih besar dari yang diharapkan. Kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan menentukan persepsi terhadap kinerja sehingga berdampak kepada kepuasan konsumen (Tjiptono, 2012). Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan mampu menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi (Kotler, 2018). Kualitas produk memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen apabila harapan konsumen akan kualitas produk terpenuhi. Beberapa penelitian terdahulu juga mendukung pernyataan tersebut dengan hasil penelitian yang menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Jika konsumen merasa kualitas yang dirasakan sekurang-kurangnya mampu memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Semakin baik kualitas produk yang mampu diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang akan dirasakan (Jahanshahi, Gashti, Mirdamadi, 2011; Tombeng, 2019; Xu, 2017)

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh faktor harga. Harga menjadi salah satu faktor persaingan dalam hal memasarkan produk. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memberikan penawaran harga yang menarik bagi konsumen dengan niatan konsumen mau membeli produk yang dipasarkan. Sedangkan, Konsumen yang sensitif akan menjadikan harga sebagai salah satu faktor penentu kepuasan konsumen. Harga merupakan satuan alat tukar yang digunakan untuk mendapatkan, memiliki, dan menggunakan produk yang dibutuhkan. Harga adalah satuan yang diberikan konsumen untuk mendapatkan hak memiliki dan menggunakan produk atau jasa (Kotler & Armstrong, n.d.). Kepuasan konsumen dapat tercipta ketika konsumen merasa puas dengan manfaat yang diterima dari suatu produk dan kesesuaian antara harga/biaya yang dikeluarkan dengan kualitas yang diperoleh hal ini karena harga yang lebih murah adalah sumber kepuasan konsumen karena konsumen akan mendapatkan *value for money* yang tinggi (Irawan, 2007). Kenaikan harga dapat memberikan dampak negatif pada kepuasan konsumen (Ehsan Malik et al., 2012). Penelitian terdahulu yang turut mendukung pernyataan diatas dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif. Jika terjadi kenaikan harga atau harga yang tidak sesuai maka akan menimbulkan ketidakpuasan dibenak konsumen (Kencana, 2018; Widjaya, 2019)

Sejak pandemi *Covid-19* mulai menyebar, omset penjualan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami penurunan mencapai kurang lebih 50 persen pada tahun 2020 (Sukarsa, 2020). Namun, hal itu tidak mempengaruhi penjualan pada UMKM pengerajin bambu Desa Kayubih. Pada saat pandemi, pengerajin bambu Desa kayubih mampu mempertahankan usahanya meskipun sempat mengalami penurunan pada awal pandemi. Tetapi pada masa *new normal* omset penjualan UMKM Desa Kayubih mengalami peningkatan. Pada bulan Juli sampai dengan bulan September terjadi peningkatan penjualan yang cukup signifikan pada UMKM pengerajin *Sokasi*

Desa Kayubih. Dari bulan Juli ke Agustus terjadi peningkatan sebesar 14% dan pada bulan Agustus ke September terjadi peningkatan sebesar 16% pada penjualan produk *Sokasi* Desa Kayubih.

Peningkatan yang terjadi pada penjualan produk *Sokasi* Desa Kayubih pada saat adanya pandemi Covid-19 sedangkan berbagai sektor mengalami dampak yang cukup signifikan. Namun, penjualan produk *Sokasi* Desa Kayubih mengalami peningkatan dengan harga jual yang sama dan kualitas yang tetap seperti sebelum adanya pandemi. Setelah dilakukan observasi awal, tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tergolong ke dalam kategori yang tinggi belum sangat tinggi. Hal ini kemungkinan yang menyebabkan pengerajin bambu Desa Kayubih mampu mempertahankan omset penjualan ditengah masa pandemi (Lupiyoadi, 2013) menyatakan bahwa kualitas produk dan harga adalah faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas apabila mereka mendapatkan produk yang berkualitas. Konsumen yang sensitif akan menjadikan harga sebagai dasar pertimbangan kepuasan mereka, karena apabila terdapat produk yang sama dipasaran, namun menetapkan harga yang lebih murah maka akan menghasilkan kepuasan dibenak konsumen. Karena kepuasan yang dirasakan konsumen produk *Sokasi* Desa Kayubih sehingga terjadi peningkatan penjualan.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Menguji pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa. Dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang digunakan untuk membuktikan suatu hubungan sebab-akibat

antara variabel yang diteliti (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen produk *Sokasi* Desa Kayubihi yang beragama Hindu dan berdomisili di daerah Bali. Objek penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen. Penelitian ini adalah penelitian sampel dengan 75 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu : pertama, responden pernah membeli produk *Sokasi* Desa Kayubihi minimal 1 kali. Kedua responden minimal telah menggunakan produk selama 6 bulan. Ketiga responden yang dipilih adalah responden wanita.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara tidak langsung dan pengumpulan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Skala yang dipakai dalam penyusunan angket adalah skala likert. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Penyusunan struktur pertanyaan atau pernyataan yang memuat tentang variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubihi merujuk pada skala *Likert* poin 1-5. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas

mengetahui apakah suatu variabel bebas dapat mempengaruhi variabel lain atau terikat. Untuk mengetahui apakah item pernyataan kuesioner yang digunakan telah valid dan reliabel untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Metode analisis dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif kausal. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi program *Statistical product and Service Solution (SPSS) 24.0 for Windows*. Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Analisis regresi yang baik harus terbebas dari asumsi-asumsi klasik. Maka dari itu, sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas untuk mendapatkan hasil regresi yang baik. Setelah tabulasi data terbebas dari asumsi klasik maka dapat melakukan analisis regresi linier berganda untuk uji hipotesis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Sehingga untuk menguji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji stasistika F dan uji statistika t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

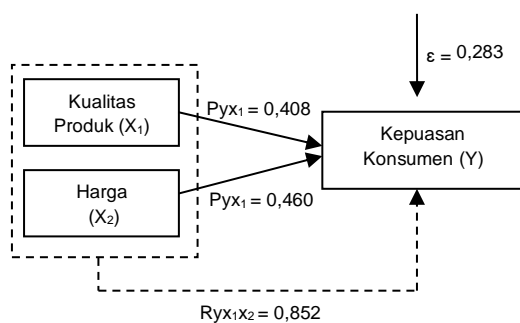
Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical product and Service Solution (SPSS) 24.0 for Windows* diperoleh hasil pengujian berupa ringkasan *output* SPSS yang dapat dilihat pada Tabel.1 berikut:

Tabel.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Parameter	Koefisien	Alpha (α)	p-value	Keputusan	Simpulan
$R_{yx_1x_2}$	0,852	0,05	0,000	Menolak H_0	Ada hubungan simultan dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen
$R^2_{yx_1x_2}$	0,717	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 71,7%
P_{yx_1}	0,408	0,05	0,000	Menolak H_0	Ada hubungan parsial dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Parameter	Koefisien	Alpha (α)	p-value	Keputusan	Simpulan
$P^2_{yx_1}$	0,166	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah 16,6%
P_{yx_2}	0,460	0,05	0,000	Menolak H_0	Ada hubungan parsial dari pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen
$P^2_{yx_2}$	0,211	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh parsial harga terhadap kepuasan konsumen adalah 21,1%
ϵ	0,283	-	-	-	Besar sumbangan pengaruh faktor lain terhadap kepuasan konsumen adalah 27,5%
A	2,956	0,05	0,000	Signifikan	Bisa memprediksi kepuasan konsumen
β_1	0,256	0,05	0,000	Signifikan	Bisa memprediksi kepuasan konsumen
β_2	0,372	0,05	0,000	Signifikan	Bisa memprediksi kepuasan konsumen

Struktur hubungan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada Gambar. 1 berikut:



Gambar. 1

Struktur Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 1 diperoleh hasil nilai $R_{yx_1x_2} = 0,852$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$, sehingga menolak H_0 dan menerima H_a artinya ada pengaruh signifikan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk Sokasi Desa Kayubih. Sumbangan pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,717

atau 71,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 71,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan 28.3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas produk dan harga

Pada Tabel.1 menunjukkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai $P_{yx_1} = 0,408$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya ada pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Sokasi Desa Kayubih dengan sumbangan pengaruh sebesar 0,166 atau 16,6%.

Berdasarkan pada Tabel.1 dapat dilihat hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai $P_{yx_2} = 0,460$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada produk Sokasi Desa Kayubih. Besar sumbangan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen adalah 0,211 atau 21,1%.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel.1 diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 2,956, nilai koefisien regresi kualitas produk (β_1) sebesar 0,256,

dan nilai koefisien regresi harga (β_2) sebesar 0,372, serta *error term* (ϵ) sebesar 0,283. Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 + \beta_2 + \epsilon \quad (1)$$

$$Y = 2,956 + 0,256 + 0,372 + 0,283$$

Berdasarkan persamaan garis regresi tersebut, dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut : Pertama, nilai konstanta sebesar 2,956 artinya apabila koefisien kualitas produk dan harga bernilai konstan atau sama dengan 0, maka kepuasan konsumen bernilai 2,956. Kedua, nilai koefisien kualitas produk (β_1) sebesar 0,256 berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). hal ini dapat diartikan setiap kenaikan 1 (satu) satuan kualitas produk (X_1) maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,256 dengan asumsi variabel bebas yang lainnya tetap. Ketiga, nilai koefisien harga (β_2) sebesar 0,372 berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). hal ini dapat diartikan setiap kenaikan 1 (satu) satuan kesesuaian harga (X_2) maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,372 dengan asumsi variabel bebas yang lainnya tetap. Keempat, nilai *error term* (ϵ) sebesar 0,283 dengan asumsi bahwa masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk dan harga.

PEMBAHASAN

Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan temuan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Hasil temuan sejalan dengan pernyataan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga (Zethaml, Valarie A., 2009). Ditegaskan kembali pada pernyataan Lupiyoadi (2013) bahwa suatu perusahaan yang menawarkan kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama dengan harga yang lebih murah akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu oleh orang lain dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan (Ofela, 2016; Tombeng, 2019)

Kualitas dan harga yang diberikan produk *Sokasi* Desa Kayubih memberikan rasa dan tingkat kepuasan yang berbeda disetiap konsumen. Kualitas produk dan harga terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif. Pengaruh positif ini akan memberikan dampak yang baik bagi seluruh lapisan pengerajin *Sokasi* Desa Kayubih. Mempertahankan kepuasan konsumen yang telah terjadi dapat dilakukan dengan peningkatan kategori kualitas produk ke sangat tinggi dan kategori harga ke sangat wajar.

Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan temuan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Temuan ini sesuai dengan pernyataan Kotler and Armstrong (n.d.) menyatakan bahwa kualitas produk atau layanan jasa berkualitas memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen sehingga berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan menentukan persepsi konsumen terhadap kinerja produk dan akhirnya akan menyebabkan kepuasan konsumen (Tjiptono, 2012). Semakin tinggi kualitas yang mampu diberikan suatu produk maka akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi (Kotler, 2018). Hasil penelitian ini turut mendukung penelitian terdahulu yang sejalan dengan hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan yang dilakukan oleh (Hoe & Mansori, 2018; Tombeng, 2019)

Kualitas produk menjadi alasan utama karena konsumen akan memberikan pengorbanan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan memberikan kualitas yang diinginkan konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap

kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Hal ini mengartikan bahwa sedikit kurangnya harapan dari konsumen telah dipenuhi oleh kualitas produk *Sokasi* ini. Kualitas yang baik telah diberikan oleh pengerajin *Sokasi* sehingga konsumen merasakan adanya kepuasan. Kualitas produk dari *Sokasi* Desa Kayubih dalam kategori tinggi yang dirasakan oleh konsumen, hal tersebut menyebabkan adanya peningkatan penjualan dan meluasnya daerah distribusi dari produk *Sokasi* Desa Kayubih.

Harga terhadap Kepuasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Kesesuaian harga dengan persepsi kualitas dibenak konsumen akan menimbulkan kepuasan konsumen karena konsumen mendapatkan *value for money* yang tinggi (Irawan, 2007). Selain itu, apabila perusahaan yang menawarkan produk yang sama namun menetapkan harga yang lebih rendah maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2013). Hasil penelitian ini turut mendukung hasil penelitian terdahulu dengan hasil penelitian harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika terjadi kenaikan harga, maka kepuasan konsumen akan menurun (Kencana, 2018)

Harga yang wajar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Kewajaran harga yang diberikan produk *Sokasi* Desa Kayubih menyebabkan alasan kepuasan dibenak konsumen. Harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk *Sokasi* menyebabkan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas mengorbankan biaya untuk mendapatkan produk *Sokasi* Desa Kayubih. Harga yang ditetapkan oleh pengerajin berdasarkan kualitas dan manfaat serta keputusan pribadi pengerajin. Harga yang ditetapkan oleh pengepul berbeda-beda sehingga pengepul dengan harga yang wajar dan lebih murah akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Penetapan harga berdasarkan kualitas dan manfaat

harus dipertahankan oleh pengerajin karena hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan di benak konsumen. Konsumen yang sensitif akan sangat mempertimbangkan harga sebagai suatu kepuasan. Jika terjadi peningkatan harga atau harga yang tidak wajar maka konsumen akan merasa ketidakpuasan dengan apa yang dikorbankan dan hasil yang didapatkan oleh konsumen sehingga kepuasan konsumen akan menurun.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan hipotesis serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Hal ini mengindikasikan bahwa meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dan menawarkan harga yang sesuai. Kedua, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas yang diberikan semakin meningkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Ketiga, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk *Sokasi* Desa Kayubih. Hal ini mengindikasikan bahwa kesesuaian harga yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan simpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut. Pertama. bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Memperbanyak teori-teori yang tentang variabel yang digunakan dan dapat menggunakan teknik analisis yang berbeda agar dapat menjadi acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat menambah ilmu khususnya di bidang manajemen

pemasaran. Kedua, bagi para pengerajin dan penjual *Sokasi* Desa Kayubih agar lebih memperhatikan kualitas produk dan harga dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal tersebut karena kualitas produk yang baik dan memberikan harga yang sesuai kepada konsumen dapat menumbuhkan simpati, maka konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ehsan Malik, M., Mudasar Ghafoor, M., & Kashif Iqbal, H. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23), 123–129. http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_23_December_2012/13.pdf
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>
- Irawan, H. (2007). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Kesembilan*. PT. Elex Media Komputindo.
- Jahanshahi, Gashti, Mirdamadi, N. and K. (2011). Study of the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty PhD Scholar in Business Administration. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7), 253–260. www.ijhssnet.com
- Kencana, P. N. (2018). The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction. *PINISI Discretion Review*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.26858/pdr.v2i1.13230>
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (n.d.). *UCEM: Principles of Marketing, Global Edition*. <https://ucem.vitalsource.com/#/books/9781292092492/cfi/26!4/4@0.00:33.9>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Ke-3). Salemba Empat.
- Ofela, H. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Razak, I. et. a. (2016). *BOGE_JMCR_The Impact of Product Quality and Price on Customer.pdf*.
- Sicilian. (2020, September 23). Melihat Nasib UMKM di Tengah Krisis Ekonomi Butuh Suntikan Modal dan Relaksasi Kredit. *Indopos.Com*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan Ke-19*. Alfabeta.
- Sukarsa, I. W. (2020). Opini: Adaptasi UMKM Bali. *Balipost,Com*. <https://www.balipost.com/news/2020/08/10/140900/Adaptasi-UMKM-Bali.html>
- Tjiptono, F. & G. C. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi Ke-2). CV Andi Offset.
- Tombeng, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22918>
- Widjaya, I. I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT . Hargen Nusantara. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 1–11.
- Xu, L. (2017). Relative Contributions of Product Quality and Service Quality in the Automobile Industry Analysis of Late Response Bias Structural Equation Modeling View project. *Qmj*, 24(1). <https://www.researchgate.net/publication/312166942>

Zethaml, Valarie A., et. al. (2009). *Service Marketing Fifth Edition: Integrating Customer Fokus Across the Fir.* McGraw-Hill.