

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Es Krim Glico Wings (Studi Kasus di Outlet Anugerah Abadi Lumajang)

Wulan Arifina Fatin¹ M. Ato'illah² Deni Esti Lestari³
 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang
wulantilatilu@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Kabupaten Lumajang, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli es krim GLICO Wings di outlet AA Lumajang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings dan variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings dengan koefisien determinasi koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,438. Hal ini berarti 43,8% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya yaitu 56,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: kualitas produk, harga, kepuasan konsumen

Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction of ice cream GLICO Wings of Lumajang Regency, either partially or simultaneously. This research is a causal associative research using quantitative approach. The population of this study were consumers who bought ice cream GLICO Wings at AA Lumajang outlet. Sampling technique using purposive sampling technique. Data analysis method used is multiple linear regression analysis method. The results showed that for product quality variables have no effect on consumer satisfaction GLICO Wings ice cream and price variables have an influence on consumer satisfaction ice cream GLICO Wings. While simultaneously there is influence of product quality and price to consumer satisfaction ice cream GLICO Wings with coefficient of determination coefficient determinasi (*R Square*) obtained by 0,438. This means that 43.8% customer satisfaction can be explained by the variable of product quality and price, while the rest is 56.2% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this study.*

Keywords: product quality, price, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perusahaan harus peka dalam menghadapi persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Pertumbuhan ekonomi persaingan industri semakin ketat. Persaingan yang ketat akan membuat perusahaan harus siap bersaing secara global. Produsen es krim asal Jepang, EZAKI GLICO bersama PT Wings Food berkolaborasi menghadirkan es krim GLICO WINGS yang kini hadir di Indonesia. Beragam varian es krim dengan teknologi asal Jepang tersedia dari format *stick* hingga *cone*. Es krim GLICO WINGS merupakan es krim yang diproduksi dengan teknologi Jepang serta memiliki kualitas terbaik dan rasa yang lezat, kekuatan es krim ini terletak pada varian rasanya yang unik tekstur yang beragam serta pengalaman yang menyenangkan dan tak terlupakan saat mencicipinya. Ada tiga hal penting kunci sukses produk kami, yakni

superior quality, superior inovation, dan superior value. Semakin selektif dalam memilih makanan format produk menjadi faktor utama untuk menarik perhatian dan memberikan nilai lebih kepada konsumen. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainya (Kotler dan Amstrong, 2012:105).

Harga merupakan sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki suatu barang dan jasa, harga barang dan jasa mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga yang ditawarkan haruslah sesuai dengan kemampuan (daya - beli) konsumen, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal justru akan membuat konsumen pindah ke produk lain. Harga sangatlah berpengaruh apabila harga yang ditawarkan terlalu mahal maka banyak konsumen yang akan mengeluh. Kepuasan pengguna merupakan hal yang harus di utamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen es krim *GLICO Wings* selalu memperhatikan faktor-faktor bauran pemasarn seperti kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang di tawarkan agar dapat berkualitas. Peneliti tertarik untuk mengambil judul tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada es krim *GLICO WINGS*.” Karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga yang ditawarkan kepada konsumen agar merasa puas dan bila kepuasan konsumen telah terpenuhi maka konsumen akan membeli produk es krim *GLICO WINGS* lagi. Perusahaan ini bergerak dibidang pemasaran yang lebih mengutamakan kualitas produk. Karena es krim *GLICO WINGS* perkembangannya masih tergolong rendah dan masih berada di urutan penjualan es krim nomer empat di Indonesia dibandingkan dengan es krim lainnya.

Glico Wings berambisi menjadi tiga produsen es krim terbesar di Indonesia pada 2017 mengandalkan kemampuan teknologi Ejaki Glico dan jaringan distribusi milik Wings group. Strategi Glico Wings adalah menyediakan variasi produk sesuai selera konsumen pada tingkat harga rendah.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2009:14), “Kualitas produk adalah *totalitas figure* dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan yang lebih baik bukanlah produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

Harga

Menurut Kotler dan Keller (2008:67), menyatakan bahwa harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran yang di sesuaikan, fitur saluran produk dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.

Kepuasan Konsumen

Sunarto (2006:17) menyatakan bahwa “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapanya”. Muhammad Adam (2015:18) menyatakan bahwa “kepuasan atau ketidak puasan nasabah merupakan perbedaaan atau kesenjangan antara harapan sebelum pembeli dengan kinerja atau hasil yang dirasakna setelah pembelian”. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2006:136) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapanya.

Hipotesis**Hipotesis Pertama**

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumenes krim GLICO Wings.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumenes krim GLICO Wings.

Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadapkepuasan konsumenes krim GLICO Wings.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings.

Hipoesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada es krim GLICO Wings.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada es krim GLICO Wings.

METODE PENELITIAN**Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. “Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat”, Sugiyono(2008:36). “Setelah hipotesis dikembangkan, dilanjutkan dengan membuat desain penelitian untuk dapat menguji hipotesis yang telah dibuat. Membuat desain penelitian akan meliputi kegiatan menentukan: jenis penelitian, unit analisis, dimensi waktu, metode pengumpulan data, pengukuran, dan kekuatan pengujian”(Wiyono, 2011:51).

Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah outlet es krim GLICO Wings toko AA Lumajang, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi konsumen es krim GLICO Wings adalah:

1. Lokasi obyek penelitian berada di Outlet AA es krim GLICO Wings Lumajang.
2. Perkembangan es krim GLICO Wings Lumajang cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan es krim lainnya.
3. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian.Obyek penelitiannya kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Populasi dan Teknik Penambilan Sampel**Populasi**

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”, Sugiyono (2015:148). Dalam penelitian ini populasinya sebanyak 30 responden adalah semua konsumen outlet AA es krim GLICO Wings kabupaten Lumajang.

Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2015:149) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen es krim GLICO Wings.Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2015:151-152) menyatakan bahwa “*Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Observasi

3. Kuesioner
4. Dokumentasi
5. Studi Pustaka

Variabel Penelitian

Variable penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2015:95).

a. Variabel Independen

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” (Sugiyono, 2015:96). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk (X_1) dan harga (X_2).

b. Variabel Dependen

“Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2015:97). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y).

Teknik Analisis Data

“Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi, data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan” (Sugiyono, 2015:238).

Uji Validitas

“Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya” (Sugiyono, 2015:430).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif). Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda”.

Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)” (Mudrajad Kuncoro, 2007:77).

Uji Normalitas Data

“Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik” (Lupiyodi dan Ikhsan, 2015:134).

Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi” (Umar, 2011:177).

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hasan (dalam Danang, 2014:117), heteroskedastisitas berarti variasi (*varians*) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi random (acak) tetapi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas. Misalnya heteroskedastisitas akan muncul dalam bentuk residu yang semakin besar, apabila pengamatan semakin besar rata-rata residu akan semakin besar untuk variabel bebas x yang semakin besar.

Uji Hipotesis**Uji Statistika t (Uji Parsial)**

Menurut Sunyoto (2014:118), "Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (kualitas produk dan harga) secara parsial terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen)".

Uji Statistika F (Uji Simultan)

Menurut Danang Sunyoto (2014:119) "uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama".

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Santoso (2012:355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Gambaran Umum Perusahaan PT Wings Surya**

Perusahaan besar bermarkas di Surabaya PT Wings Surya merupakan hanya usaha kecil bersekal industri yang didirikan oleh Johannes Ferdinand Katuari dan kerabatnya Sutanto pada tahun 1948 perusahaan tersebut diberi nama Fa Wings pada tahun 1991 menjadi Wing Surya. Wings menghasilkan produk antara lain sabun, bedak, detergen, pelembut kain dan serta produk Wings Food lainnya, seperti, mie sedap, ale-ale, flordina, top coffe, dan es Krim Glico Wings.

Wings Group terjun ke es krim melalui kerjasama dengan Glico, memperebutkan pasar senilai Rp9,5 Triliun yang saat ini didominasi oleh PT Unilever Indonesia Tbk. PT Glico Wings mulai memasarkan produksinya di Indonesia perusahaan tersebut adalah perusahaan patungan antara Wings Food 50% dan Ejaki Glico 50%, perusahaan Fast moving consumer goods asal Jepang. Glico Wings adalah kerjasama aketiga yang dijalin oleh Wings Group dengan perusahaan Jepang. Perusahaan yang didirikan Johannes Ferdinand Katuari dan Sutanto itu sebelumnya menggandeng Klayen untuk memproduksi toiletries dan membangun ritel Family Mart.

Hasil Pengumpulan Data**Deskripsi Responden**

Subyek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli es krim Glico Wings pada Outlet Anugerah Abadi Lumajang pada bulan Januari sampai April 2018 sebanyak 30 orang. Gambaran umum subyek penelitian dilakukan dengan menguraikan karakteristik meliputi jenis kelamin, usia yang digunakan. Gambaran karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia yang digunakan dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 14 orang atau sebesar 30%, sedangkan perempuan hanya 16 orang atau sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan adalah responden lebih potensial dalam pembelian es krim GLICO Wings.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden dengan rentangan usia ≤ 25 Tahun adalah sebanyak 15 orang atau sebesar 62%, sedangkan untuk responden dengan rentangan usia antara ≥ 26 - 30 Tahun adalah sebanyak 6 orang atau sebesar 24%, sedangkan untuk responden dengan rentangan usia antara ≥ 31 - 35 Tahun adalah sebanyak 5 orang atau sebesar 8%, sedangkan untuk responden dengan rentangan usia antara ≥ 40 Tahun adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 6%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden di dalam penelitian ini didominasi oleh pelanggan dengan rentangan usia ≤ 25 Tahun.

Hasil Analisis Data

Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Dari hasil perhitungan tabel koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 5 (lima) butir pertanyaan untuk variabel kualitas produk, 4 (empat) butir pertanyaan untuk variabel harga, 5 (lima) butir pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r minimal (0,3). Dengan demikian bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Kesimpulan lainnya seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen penelitian karena dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.

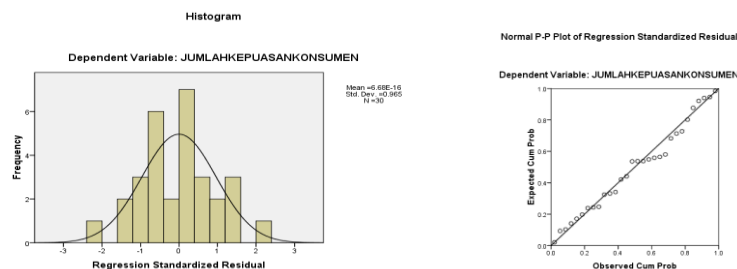
Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien reliabilitas cronbach's alpha untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,784, variabel harga (X2) sebesar 0,798, dan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,794. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kepuasan konsumen (Y) adalah reliabel, sehingga kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang handal karena dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang berlainan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dilakukan terhadap residual regresi, pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot.



Gambar 1. Histogram dan P-Plot

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS versi 16

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal, hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik penyebaran plot tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, begitu pula pada grafik histogram yang memberikan pola distribusi yang normal (tidak terjadi kemiringan). Kedua grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Pengujian Multikolinieritas**Tabel 1. Hasil Pengujian Multikolinieritas**

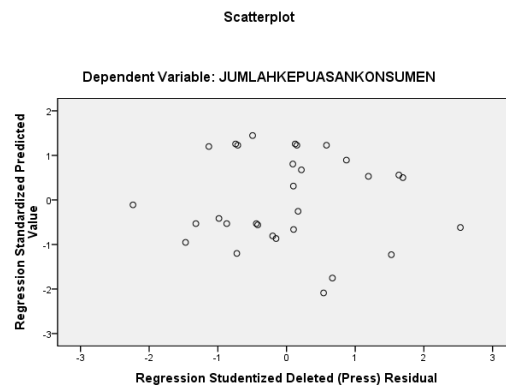
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk(X1)	0,383	2,608	Bebas Multikolinieritas
Harga (X2)	0,383	2,608	Bebas Multikolinieritas

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS versi 16

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada dibawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, jadi semua variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang saling independen, sehingga dapat dilanjutkan dalam pengujian regresi linier berganda.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 2. Scatterplot**

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS versi 16

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a												
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	4.082	2.235		1.826	.079	-.504	8.668				
	JUMLAHKUALITASPROD	.059	.168	.082	.353	.727	-.286	.405	.550	.068	.051	.383
	JUMLAHHARGA	.625	.245	.595	2.555	.017	.123	1.128	.660	.441	.369	.383

a. Dependent Variable: JUMLAHKEPUASANKONSUMEN

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS versi 16

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut :

$$Y = 4,082 + 0,059X_1 + 0,625X_2$$

Hasil Pengujian Hipotesis**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Hasil uji t untuk variabel X1 (kualitas produk) diperoleh t hitung = 0,353 dengan tingkat signifikan 0,727. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 didapat t tabel sebesar 0,353. Ini berarti t hitung $(0,353) < t \text{ tabel } (2,048)$, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikan 0.593 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings pada mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang prodi manajemen.

Hasil uji t untuk variabel X2 (harga) diperoleh nilai t hitung = 2,555 dengan tingkat signifikan 0,017. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 2,048. Ini berarti t hitung $2,555 > t \text{ tabel } 2,048$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian maka, hipotesis kedua dapat diterima, yang berarti bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada es krim GLICO Wings.

Hasil Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F untuk variabel Y dapat diketahui nilai F hitung sebesar 10,522 lebih besar dari F tabel 3,35 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui secara simultan variabel kualitas produk dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada es krim GLICO Wings. Ada hubungan positif signifikan antara variabel kualitas produk dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada es krim GLICO Wings. Dengan demikian secara simultan terdapat pengaruh secara positif yang signifikan variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada es krim GLICO Wings.

Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.662 ^a	.438	.396	2.403	.438	10.522	2	27	.000

a. Predictors: (Constant), JUMLAHHARGA, JUMLAHKUALITASPRODUK

b. Dependent Variable: JUMLAHKEPUASANKONSUMEN

Sumber Data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SPSS versi 16

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,438. Hal ini berarti 43,8% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya 56,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen es krim GLICO Wings Lumajang**

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Lumajang.

Dilihat dari beberapa kuesioner mengenai kualitas produk yang digunakan, sebagai berikut: 1) Produk es krim GLICO WINGS merupakan es krim terbaru yang mampu bersaing di pasaran. Hal inilah yang merupakan salah satu faktor yang membuat konsumen tertarik dan ingin melakukan pembelian di es krim GLICO Wings 2) Produk es krim GLICO WINGS es krim yang mempunyai banyak varian rasa yang sama dengan pesaing dengan demikian membuat konsumen terus merasa puas melakukan pembelian kepada es krim GLICO Wings 3) Produk es krim GLICO WINGS merupakan produk yang dapat diandalkan atau bukan produk gagal mempunyai keunggulan untuk itu produk ini menjadi salah satu unggulan sehingga konsumen tidak ragu lagi dan konsumen merasa

puas 4) Es krim GLICO WINGS memiliki tampilan yang menarik 5) Produk es krim GLICO WINGS produk es yang menawarkan tidak mudah meleleh konsumen hal inilah yang membuat konsumen yang tidak akan takut untuk membeli banyak karena es krim GLICO Wings konsisten dengan kebijakannya, dengan demikian hal ini yang mendorong konsumen untuk merasa puas akan produk es krim GLICO Wings.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen es krim GLICO Wings Lumajang

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan adanya pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings di Lumajang.

Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings di Lumajang, hal ini dikarenakan konsumen memperhatikan harga yang ditawarkan oleh es krim GLICO Wings di Lumajang. Selain itu konsumen juga berpendapat bahwa kebanyakan harga yang ditawarkan murah, dan harga produk begitu terjangkau sehingga konsumen merasa begitu puas dengan harga produk es krim GLICO Wings di Lumajang.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen es krim GLICO Wings Lumajang

Hasil penelitian diketahui uji hipotesis kedua atau uji F bahwa variabel kualitas produk dan harga promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di es krim GLICO Wings Lumajang. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Lumajang sebesar 43,8% sedangkan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti keputusan pembelian, loyalitas pelanggan.

Hasil uji masing-masing variabel menyatakan sebagai berikut: 1) Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan tidak berpengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings di Lumajang, karena konsumen sudah yakin dengan es krim GLICO Wings dan dilihat dari segi kemasannya yang bagus sehingga tetap terjaga kualitas produknya, dari segi rasa yang bervariasi dan konsisten, dan kualitas yang sudah terjamin. 2) Hasil pengujian hipotesis atas harga berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings hal ini dikarenakan konsumen memperhatikan harga yang ditawarkan es krim GLICO Wings di Lumajang. Selain itu konsumen juga berpendapat bahwa kebanyakan harga yang ditawarkan murah dan terjangkau, sehingga konsumen begitu minat untuk dan merasa puas di es krim GLICO Wings Lumajang. Dari pembahasan di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa dari variabel yang terdiri dari kualitas produk dan harga. Variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings di Lumajang adalah variabel harga dan variabel lain seperti kualitas produk tidak berpengaruh. Akan tetapi jika di uji secara bersama-sama atau uji simultan (uji F) berpengaruh positif. Untuk menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen tergantung pada kegiatan kualitas produk dan harga yang dilakukan. Sehingga secara simultan yang terdiri dari kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings di Lumajang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Lumajang baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dari perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan tidak adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Lumajang.
- Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Lumajang.

- c. Hasil pengujian atas pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen, ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen es krim GLICO Wings Lumajang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
 1. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu disarankan kepada PT WINGS SURYA untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya.
 2. Supaya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk pada es krim GLICO Wings tetap terjaga dan dapat membeli lagi es krim GLICO
 3. Wings.
 4. Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi Masukan dan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi pada es krim GLICO Wings dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
- b. Bagi Peneliti
 1. Peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan konsumen harus dapat mengembangkan penelitiannya dengan variabel yang berbeda dari peneliti yaitu selain variabel kualitas produk dan harga karena penelitian ini hanya sebagai tambahan referensi dan informasi agar peneliti lain dapat lebih mengembangkan penelitiannya.
 2. Diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan ilmu dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang Kualitas produk dan harga pada kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja grafindo Persada. Baruna Hadi Brata
- Cannon, Perreault, M. (2008). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salamba Empat.
- Chen, S. S., Monroe, K. B., & Lou, Y. (n.d.). The effect of framing price promotion messages on consumer's peceptions and purchase intentions.pdf, 74(785), 353–372.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Pt. Gelora Aksara Pratama.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ratnasari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sudaryono. (2016). *MAanajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tjiptono, D. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Morissan. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian untuk SKRIPSI dan TESIS BISNIS* (Edisi ke 2). Jakarta Utara: PT Raja GafindoPersada
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonimi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ofela, hana dan Agustia Sasi. 2016 . Pengaruh Harga, KL , produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab KingAbi. jurnal ilmu dan Riset Manajemen. Vol5, No 1
- Budiastari, Sita. 2016. *TheInfluence of Product Quality Price perpection and Brand Image on Statisfaction and customer loyalty Holcim concrete Readymix in Jakarta*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol7, No. 2
- Zakaria, dkk. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan Harga Terhadap kepuasan pelanggan. jurnal ilmu dan Riset Manajemen. Vol6. No4.
- Lenzun, dkk. 2014. pengaruh kualitas produk harga dan promosi terhadap Kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel. Jurnal EMBA. Vol2. No.