

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO RS KOMPUTER MEDAN

Samuel T.U.A Ginting¹, Ezranto Keliat², Yuli R. Simanjuntak³

¹Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan,

^{2,3}Mahasiswa/i Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan

Email: samuelginting281@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to determine the effect of product, price, and service quality on consumer satisfaction at a computer hospital shop. Where the Independent Variables consist of Product (X1), Price (X2), and Service quality (X3), and the Dependent Variable Consumer Satisfaction (Y). The survey was distributed to 96 respondents using probability sampling technique with random sampling. Statistical Test using SPSS Version 22, by looking for the Instrument Validity Test where $r\text{-Count} > 0.202$ $r\text{-Table}$ then all Indicator Variables X and Y are declared Valid, and Reliability Test where the Cronbach Alpha Coefficient Value of Variables X and Y > 0.6 then Variables said to be reliable. Data analysis uses descriptive where all X and Y variables are in the interval 3.41 – 4.2, so it is included in the agreed criteria. and Statistical Test through the Classical Assumption Test where the regression model does not show symptoms of multicollinearity in the multicollinearity test, the regression model does not show heteroscedasticity symptoms in the heteroscedasticity test, and the normality test where the linear regression model has used normal distribution data. Multiple Linear Regression Analysis where the Coefficient of Multiple Determination (R2) is 0.560 indicating that the X variable simultaneously influences the Y variable by 56.0%. Partial Correlation where X1, X2, X3 have a significance of $0.000 < 0.005$ that there is a significant correlation of the 3 variables, and the Partial Determination Correlation (r2) is the most dominant, i.e. Product is 0.497 or 49.7% the most dominant to the variable Consumer Satisfaction (Y), Hypothesis test with F test where $\text{Sig F } 0.000 < 0.005$ then there is a joint effect of X1, X2, X3 on Y. and t test where variable X1 has a significant effect on Y, and variables X2, X3 each have no effect on variable Y Consumer Satisfaction.*

Keywords: *Product, Price, Service Quality and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komputer salah satu kebutuhan utama bagi manusia yang digunakan hampir setiap aktivitas. Dengan Teknologi semakin maju ke hari depan maka Komputer sering mengalami perubahan terutama dalam segi desain yang makin beraneka ragam, hal tersebut sesuai dengan permintaan dan keinginan manusia. Toko Komputer hadir bertujuan memberikan suatu Tampilan produk yang menarik, produk tersebut mampu menunjukkan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen, dan tentunya suatu produk harus memiliki daya tahan yang bagus (Antonius & Suharto, 2013). Melalui kemudahan dalam menyediakan Produk yang berkualitas bagi konsumen, pada Toko RS Komputer Medan ada berbagai produk yang ditawarkan antara lain: Komputer, laptop baru dan bekas, SSD & Hardisk, Mouse, dan Perangkat Komputer lainnya.

Setelah konsumen memahami kualitas produk maka selanjutnya mereka akan menanyakan harga produk tersebut. Toko Komputer dalam menentukan menjual produk harus melihat harga yang sesuai dengan kualitas

produk, harga yang mampu bersaing dengan para kompetitor, dan tentunya harga juga dapat terjangkau oleh konsumen (Wahyuni, 2018).

Kemudian konsumen juga sangat membutuhkan layanan agar mereka dapat berkonsultasi untuk mendapatkan solusi yang baik dari produk yang dibeli. Berbagai Kegiatan usaha dalam menjual barang ataupun jasa membutuhkan Kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, dimana sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian dan secara berulang-ulang. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari Bukti fisik yang ada di tempat usaha, keandalan dalam pelayanan, Daya tanggap terhadap keinginan konsumen, memberikan jaminan kepada konsumen dalam seluruh pelayanan, empati terhadap yang diinginkan konsumen. Layanan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi pemikiran dan penilaian konsumen pada sebuah toko, ketika suatu usaha yang bergerak dalam penjualan produk mampu memberikan pelayanan yang baik dan jelas dalam memaparkan produk yang dijualnya, maka hal tersebut dapat menciptakan rasa nyaman dalam diri konsumen.

Dari penelitian ini diharapkan penulis mampu memahami kepuasan yang diterima konsumen ketika berbelanja di toko RS Komputer Medan dan diharapkan dapat membantu Toko RS Komputer Medan dalam memahami kepuasan yang diterima konsumennya, sehingga pemilik toko dapat menetapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen dan daya saing di kota Medan. Rumusan masalah yang dapat dilihat adalah seberapa besar Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Toko RS Komputer Medan. Perusahaan harus mamastikan kepuasan konsumen melalui kualitas produk yang ditawarkan, Harga yang diberikan ke konsumen, dan juga Kualitas Pelayan yang baik. Selain itu penulis dapat mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen, hal tersebut nantinya untuk membantu Toko membenahi variabel yang kurang dominan dalam kepuasan yang di dapat oleh konsumennya.

TINJAUAN PUSTAKA

Produk

Menurut (Kotler & Amstrong, 2014) Produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang di harapkan oleh pelanggan. Terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk diantaranya adalah : 1. Kinerja (performance) yaitu karakteristik dari operasi pokok produk inti dan dapat didefinisikan sebagai sebuah tampilan dari sebuah produk yang sesungguhnya. 2. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi dapat memenuhi standar - standar yang telah ditetapkan sebelumnya. 3. Daya tahan (Durability) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

Harga

Menurut (Kotler & Amstrong, 2014) mengartikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat dalam penggunaannya. Adapun indikator dari harga diantaranya : a. Harga sesuai kualitas produk, b. Harga mampu bersaing dengan para pesaing, c. Harga terjangkau oleh konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2015) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan

konsumen. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang dirasakan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen. Adapun indikator kualitas pelayanan diantaranya :1. Dimensi Tangible (Bukti fisik), 2. Dimensi Reliability (Keandalan), 3. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap), 4. Dimensi Assurance (Jaminan), 5. Dimensi Emphaty (Empati).

Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Adapun Indikator Kepuasan Konsumen pada penelitian ini diantaranya : 1. Konsumen merasa puas dengan pelayanan, 2. Konsumen puas dengan harga yang ditetapkan, 3. Konsumen puas dengan kualitas produk.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka-angka dan melakukan Analisa data dengan prosedur statistic (Indriantoro & Supomo. , 2014). Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden (Hasan, 2014). Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi, dan Data sekunder adalah data yang didapat dari pihak lain secara tidak langsung melalui buku, koran internet, hasil penelitian, dan lain sebagainya. Metode pengumpulan Data dengan Kuisisioner dan Observasi (Sugiyono, 2017), dimana bentuk kuisisioner dalam pengumpulan data diantaranya Berisi tentang pertanyaan Produk, Harga, Kualitas pelayanan dan kepuasan Konsumen. Pengukuran skala yang digunakan adalah skala interval yang berupa skala likert dengan lima tingkatan jawaban dengan nilai skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 cukup setuju, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju. Alat analisis data memakai Aplikasi SPSS Versi 22. Model Penelitian kuantitaif ini menggunakan metode Analisis data yaitu Deskriptif dan Statistik dengan melakukan

Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas (Ghozali, 2016), kemudian Uji Asumsi klasik, Uji multikolinieritas, Uji heteroskedastisitas, normalitas, Analisis regresi Linier berganda, korelasi berganda dan determinasi berganda, korelasi parsial dan determinasi parsial, dan juga Uji Hipotesis dengan Uji parsial dan simultan. Jenis data menurut waktu pengumpulannya menggunakan Data *Cross section* yaitu data yang dikumpulkan dalam suatu periode tertentu yakni dalam penelitian ini periode Tahun 2023, biasanya menggambarkan keadaan atau kegiatan dalam periode tersebut (Indriantoro & Supomo. , 2014).

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli Komputer pada Toko RS Komputer Medan. Lokasi penelitian dilakukan di Toko RS Komputer Medan yang berada di Jl. Jamin Ginting Kota Medan. Pada penelitian yang dilakukan populasi tidak diketahui dengan pasti. Maka dari itu rumus yang digunakan untuk menghitung kuota sampel (Ibnu, 2015) : $n = Z^2/4(Moe)^2$, dimana n = jumlah sampel, Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5 % = 1,96, Moe = *Margin of Error*, tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan sebesar 10%, maka sampel yang diambil : $n = 1,96^2/4(0,10)^2 = 96,04$. Sehingga dengan pembulatan yang dilakukan penulis, jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 96 orang responden. Subyek dari

penelitian ini adalah kepuasan yang diterima oleh konsumen ketika melakukan pembelian.

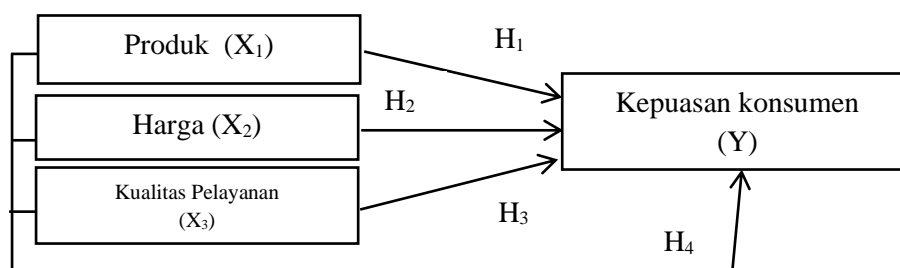
Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini akan menggunakan sampel konsumen yang membeli Komputer pada Toko RS Komputer Medan. Dari Perhitungan sampel yang didapat sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *problability sampling* dengan *random sampling*. Dimana *problability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2017).

Analisis Data

Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif memberikan sebuah gambaran atau deskripsi tentang suatu data yang dilihat melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum (Ghozali, 2016). Kemudian Analisis statistik adalah analisis yang menggunakan cara perhitungan statistika. Perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan angka-angka dimana perhitungan ini digunakan untuk menganalisis suatu hipotesis (Ghozali, 2016).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada Gambar 1. menjelaskan bahwa Garis H1 mengetahui ada atau tidak pengaruh Variabel Produk (X₁) Terhadap

Variabel Kepuasan Konsumen (Y), Garis H₂ mengetahui ada atau tidak pengaruh Variabel Harga (X₂) Terhadap Variabel Kepuasan

Konsumen (Y), Garis H₃ mengetahui ada atau tidak pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X₃) Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y), Dan juga Garis H₄ mengetahui secara bersama-sama ada atau tidak pengaruh Variabel Produk (X₁), Harga (X₂), dan Kualitas Pelayanan (X₃) Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan, dapat dirumuskan hipotesis sementara sebagai berikut :

1. Hipotesis 1.
H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.
H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.
2. Hipotesis 2.
H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.
H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.
3. Hipotesis 3.
H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.

4. Hipotesis 4.

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel variabel Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

Pada penelitian ini penulis membahas tentang salah satu toko yang bernama RS Komputer yang ada di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Toko RS Komputer Medan ini dikenal dengan singkatan RSC Medan sebagai Pusat Laptop dan Handphone, yang mulai berdiri sekitar pada tahun 2015 di Medan. Toko RS Komputer Medan saat ini fokus bergerak di bidang Penjualan barang barang dan alat-alat Komputer seperti: Laptop, Computer, Camera, Aksesoris, Handphone, dan menerima service Laptop atau Komputer dan Handphone. hal tersebut didasarkan semakin meningkatnya masyarakat disekitar memiliki kebutuhan dalam bekerja dan beraktivitas menggunakan barang dan alat-alat Komputer. Pendiri Toko RS Komputer Medan sendiri menilai hal tersebut merupakan salah satu peluang bisnis terbaik yang ada di Kota Medan.

Uji Validitas

Tabel 2
Hasil uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung (N=96)	r-tabel (N=96)	Keterangan
Produk				
Performance	P1	0,781	0,202	Valid
Conformance	P2	0,762	0,202	Valid
Durability	P3	0,790	0,202	Valid
Harga				
Harga 1	H1	0,849	0,202	Valid
Harga 2	H2	0,822	0,202	Valid
Harga 3	H3	0,875	0,202	Valid
Kualitas Pelayanan				
Tangible (Bukti Fisik)	KP1	0,723	0,202	Valid
Reliability (Keandalan)	KP2	0,760	0,202	Valid
Responsiness (Daya Tanggap)	KP3	0,749	0,202	Valid
Assurance (Jaminan)	KP4	0,636	0,202	Valid

Emphaty (Empati)	KP5	0,671	0,202	Valid
Kepuasan Konsumen				
Kepuasan Konsumen 1	KPR1	0,793	0,202	Valid
Kepuasan Konsumen 2	KPR2	0,764	0,202	Valid
Kepuasan Konsumen 3	KPR3	0,859	0,202	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel 2. Hasil Uji Validitas diperoleh r -hitung $>$ r -tabel [Tabel Product moment dengan signifikan 0,05, untuk degree of

freedom (df) = $n-k$ (96-2)] dari seluruh koefisien korelasi seluruh indikator sehingga dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha (N=96)	Batas Minimum	Keterangan
1.	Produk	0,670	0,6	Reliabel
2.	Harga	0,806	0,6	Reliabel
3.	Kualitas Pelayanan	0,750	0,6	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen	0,725	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel uji reliabilitas seperti pada Tabel 3. diperoleh bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen nilainya lebih besar dari $>$ 0,6, Maka semua pertanyaan di setiap variabel penelitian adalah reliabel.

Analisis Deskriptif (rata-rata) pada Variabel Penelitian

Analisis deskriptif rata-rata yaitu nilai rata-rata yang muncul dari hasil penelitian terhadap variabel penelitian dan merupakan jumlah dari

seluruh hasil penelitian dengan jumlah penelitiannya. Untuk menginterpretasikan variabel Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman terhadap batasan-batasan yang ada di bawah ini: Skors persepsi terendah adalah : 1, Skor Persepsi tertinggi adalah : 5, jadi Interval = $(5-1)/5 = 0,80$. Sehingga batasan persepsi yaitu : 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju, 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju, 2,61 – 3,40 = Cukup Setuju, 3,41 – 4,20 = Setuju, 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju.

Tabel 4
Analisis Dimensi Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan

No.	Item Dimensi	Mean	Kategori
Dimensi Produk			
1	Performance		
	Merk produk yang dijual dari perusahaan terkenal, dan Kemasan yang diberikan menarik pada Toko RS Komputer Medan.	3,71	Setuju
2	Conformance		
	Produk yang ditawarkan telah sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan Desain produk yang ditawarkan selalu baru pada Toko RS Komputer Medan.	3,55	Setuju
3	Durability		
	Kemasan yang diberikan bertahan lama, dan Kualitas yang baik pada setiap produk pada Toko RS Komputer Medan.	3,82	Setuju
Rata - Rata		3,69	Setuju
Dimensi Harga			
1	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk pada Toko RS Komputer Medan.	4,00	Setuju
2	Harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan toko lain pada Toko RS Komputer Medan.	3,78	Setuju

3	Harga yang ditetapkan terjangkau oleh konsumen pada Toko RS Komputer Medan	3,75	Setuju
Rata – Rata		3,84	Setuju
Dimensi Kualitas Pelayanan			
1	Tangible		
	Tempat Parkir yang disediakan luas, Prasarana yang disediakan telah memenuhi Kebutuhan Konsumen pada RS Komputer Medan	3,61	Cukup Setuju
2	Reliability		
	Produk yang tersedia Lengkap, Konsumen mudah dalam memilih produk pada Toko RS Komputer Medan	3,86	Setuju
3	Responsiveness		
	Karyawan memberikan solusi telah sesuai dibutuhkan konsumen, dan karyawan merespon dengan cepat ketika terjadi keluhan pada produk pada Toko RS Komputer Medan.	3,77	Setuju
4	Assurance		
	Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen, dan keamanan dalam melakukan transaksi terjamin pada Toko RS Komputer Medan.	4,09	Setuju
5	Emphaty		
	Karyawan mampu memahami apa dibutuhkan konsumen, dan karyawan mampu menciptakan komunikasi yang baik dengan konsumen pada Toko RS Komputer Medan	3,75	Setuju
Rata – Rata		3,82	Setuju
Dimensi Kepuasan Konsumen			
1	Konsumen merasa puas dengan produk yang diperjual belikan pada Toko RS Komputer Medan.	4,16	Setuju
2	Konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan pada Toko RS Komputer Medan.	3,54	Setuju
3	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pada Toko RS Komputer Medan.	3,95	Setuju
Rata – Rata		3,88	Setuju

Sumber: Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 4. menunjukkan bahwa rata-rata penilaian yang dilakukan oleh responden yaitu terhadap variabel Produk sebesar 3,69, Variabel Harga sebesar 3,84, Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,82, dan Variabel Kepuasan Konsumen sebesar 3,88, keseluruhan variabel yaitu berada pada interval 3,41 - 4,20 yang masuk didalam kriteria setuju. Dalam tabel tersebut penilaian tertinggi terjadi pada item konsumen merasa puas terhadap pelayanan Toko RS Komputer Medan dengan nilai rata-rata sebesar 4,16 yang termasuk dalam kriteria setuju, sedangkan penilaian terendah

terjadi pada item konsumen merasa puas terhadap harga yang ditetapkan Toko RS Komputer Medan dengan nilai rata-rata sebesar 3,54 yang termasuk dalam kriteria setuju. Para konsumen memberikan penilaian terendah pada item tersebut karena konsumen merasa kurang puas dengan beberapa harga produk yang dinilai masih dalam kriteria mahal.

Uji Asumsi Klasik.

Pengujian yang digunakan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah uji multikolinieritas, uji heteroskeditis, dan uji normalitas.

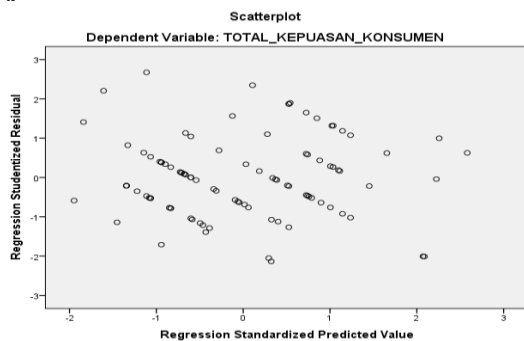
Tabel 5.
Uji Multikolinieritas

No.	Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Produk	0,546	1,832	Tidak terjadi Multikolinieritas
2.	Harga	0,466	2,148	Tidak terjadi Multikolinieritas
3.	Kualitas Produk	0,510	1,961	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10” (Ghozali, 2016). Berdasarkan Tabel 5. menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1. Dengan demikian dapat diketahui bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

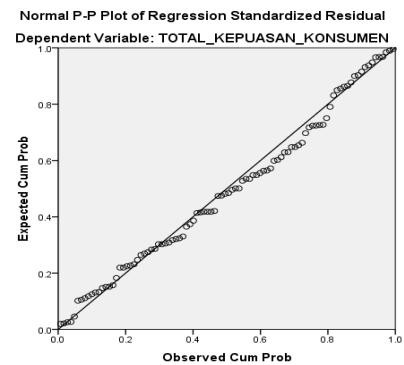


Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2. diatas dapat terlihat bahwa data residual yang ada pada model regresi menyebar baik diatas maupun

dibawah titik 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Uji Normalitas



Gambar 3. Uji Normalitas

Dari Gambar 3. Grafik diatas dapat diketahui bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data distribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Regrecion Coefficient	t hitung	Sig t	r	r ²	Keterangan
(Constant)	3,293					
Produk	0,416	5,107	0,000	0,705	0,497	Signifikan
Harga	0,133	1,645	0,103	0,607	0,368	Tidak Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,116	2,109	0,038	0,597	0,356	Tidak Signifikan
R Square : 0,560						
R : 0,748						
F hitung : 39,029						
Signif F : 0,000						

Sumber: Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Persamaan Regresi Linier berganda dengan menggunakan Program SPSS dapat sebagai berikut:

$$Y = 3,293 + 0,416X_1 + 0,133X_2 + 0,116X_3$$

Hasil persamaan regresi pada Tabel 6. di atas menjelaskan bahwa konstanta (Y) adalah sebesar 3,293. maka jika tidak ada variabel Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Toko RS Komputer Medan, maka kepuasan konsumen akan sebesar 3,293. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan

konsumen akan rendah apabila perusahaan tidak memperhatikan Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan.

Variabel Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) merupakan masing – masing variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar $X_1=0,007$, $X_2=0,133$, $X_3=0,116$ yang masing-masing variabel memiliki arti apabila Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan

meningkat masing – masing sebesar $X1=0,007$ dengan anggapan Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) tetap, $X2=0,133$ dengan anggapan Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X3) tetap, $X3=0,116$ dengan anggapan Produk (X1) dan Harga (X2) tetap. Hal ini berarti bahwa masing - masing semakin baik Produk, Harga, Kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Hasil Uji F

Hasil uji F pada Tabel 6. diperoleh F hitung sebesar 39,029 dan sig F sebesar 0,000. Karena sig F lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara Bersama-sama (simultan) Produk, Harga, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko RS Komputer Medan, hal tersebut disesuaikan dengan Dasar pengambilan keputusannya oleh (Ghozali, 2016) dimana dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi F.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya semua variabel (X) secara serempak terhadap variabel independen (Y). Pada Tabel 6. menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda = 0,560 yang menunjukkan variabel bebas secara Bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 56,0% sisanya sebesar 44 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Variabel lain tersebut dapat berupa citra merk, lingkungan, dan iklan.

Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, dan X3 (Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2016). Dengan membandingkan antara sig t dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil uji t sendiri dapat dilihat di Tabel 6. dan dijelaskan melalui Pengujian terhadap koefisien regresi pada masing-masing variabel Produk (X1) dengan nilai sig t = 0,000 berarti ($0,000 < 0,005$) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada pengaruh variabel Produk secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Toko RS Komputer Medan, Harga (X2) dengan nilai sig t = 0,103 berarti ($0,103 > 0,005$) menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel Harga secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Toko RS

Komputer Medan, dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan nilai sig t = 0,038 berarti ($0,038 > 0,005$) menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen Toko RS Komputer Medan.

Berdasarkan hasil uji F memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan secara Bersama sama Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”. Sedangkan dari hasil uji t memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan Produk terhadap Kepuasan Konsumen”.

Korelasi Parsial (r) dan Korelasi Determinasi Parsial (r^2)

Hasil pengujian korelasi parsial pada Tabel 6. menunjukkan bahwa Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa $0,000 < 0,005$ dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 5% yang menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan dari tiga variabel tersebut. Tetapi dari tiga variabel tersebut variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Produk karena memiliki nilai r sebesar 0,705. Dalam Korelasi Determinasi Parsial (r^2) Dari hasil uji pada tabel 4. Dapat diketahui bahwa variabel independen kualitas produk memiliki nilai r^2 sebesar 0,497 atau sebesar 49,7% yang menunjukkan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian menemukan bahwa secara Bersama-sama Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen (Setyo, 2017). Oleh sebab itu perlu bagi Toko RS Komputer Medan meningkatkan strategi marketing mix pada setiap dimensi dalam setiap variabel yang akan dijelaskan dibawah ini diantaranya:

1. Kualitas Produk

Pada Tabel 4. dalam analisis deskriptif data kita lihat bahwa Dimensi Conformance pada Toko RS Komputer Medan menerima penilaian dengan rata-rata terendah dengan nilai Mean sebesar 3,55 oleh sebab itu sebaiknya dapat menerapkan beberapa cara dalam memberikan pengetahuan pada konsumen terhadap perubahan desain produk diantaranya Toko RS Komputer Medan dapat melakukan pembaruan pada desain produknya

setiap tahun, dan Jika terjadi perubahan desain pemilik toko dan karyawan dapat menjelaskan perbedaan yang ada antara desain produk lama dengan yang baru (Cahyono, 2018).

2. Harga

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 6. menunjukkan bahwa variabel harga memiliki hasil tidak signifikansi dengan nilai sig t sebesar 0,103 yang berarti bahwa $0,103 > 0,005$. Sehingga hipotesis H_0 diterima dan H_2 ditolak yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko RS Komputer Medan. Dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk, karena bagi konsumen berapapun harga yang ditetapkan mereka akan membelinya hal tersebut dapat disebabkan oleh bahan dan jenis dari produk yang dibeli merupakan hal yang penting, sehingga harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Ria Siti Aisyah & Meylani Tuti, 2022).

3. Kualitas Pelayanan

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 6. menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki hasil tidak signifikansi dengan nilai sig t sebesar 0,038 yang berarti bahwa $0,038 > 0,005$. Sehingga hipotesis H_0 diterima dan H_2 ditolak yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko RS Komputer Medan. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan toko tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal tersebut dapat disebabkan karena Produk Komputer merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari bagi konsumen, sehingga bagi konsumen kualitas pelayanan tidak begitu mereka pedulikan karena bagi konsumen yang terpenting produk yang mereka butuhkan tersedia sehingga mereka lebih cepat dalam menyelesaikan pekerjaan mereka (Amalia Isnaini Purinda Laksana & Heni Hirawati, 2022).

PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dari tiga variabel independent Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang signifikan hanya satu variabel yaitu variabel Produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan tidak memiliki yang signifikan

terhadap kepuasan konsumen Toko RS Komputer Medan, hasil penelitian tersebut disebabkan karena konsumen tidak terpengaruh dengan Harga dan Kualitas Pelayanan yang diberikan toko disebabkan konsumen lebih mementingkan produk yang ditawarkan. Karena bagi konsumen produk harus memiliki kualitas yang baik, selain itu produk yang disediakan Toko RS Komputer Medan juga merupakan kebutuhan penting sehari-hari dalam bekerja dan beraktivitas. Oleh karena itu konsumen akan merasa puas ketika produk tersebut memiliki kualitas yang baik tanpa memikirkan harga yang ditetapkan dan kualitas pelayanan yang mereka terima ketika melakukan pembelian produk.

REFERENSI

- Amalia Isnaini Purinda Laksana, & Heni Hirawati. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 509-522.
- Antonius, I., & Suharto, S. (2013). Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1 No. 2*.
- Cahyono, P. (2018, Maret). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang. *Jurnal EKBIS*, 1086-1091.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2014). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibnu, W. (2015). *Pointers : Metodologi Penelitian*. . Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Indriantoro, & Supomo. . (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Ria Siti Aisyah, & Meylani Tuti. (2022, Agustus). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill

- Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 177-188.
- Setyo, E. (2017, Februari). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Surabaya, Volume 1, Nomor 6. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.*, 755 - 764.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto). *Skripsi*.