ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MEBEL UD. KARTINI JEPARA NGANJUK

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH :

ERIK NURNAS MIRAWANTO EFFENDI
NPM : 11.1.02.02.0034

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh :

ERIK NURNAS MIRAWANTO EFFENDI
NPM : 11.1.02.02.0034

Judul :

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MEBEL UD. KARTINI JEPARA NGANJUK

Telah disetujui untuk Diajukan kepada Panitia Ujian/ Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal : 9 Desember 2015

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.	**Lilia Pasca Riani, S.E., M.Sc**
NIDN. 0723105703	NIDN. 0718048502

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh :

ERIK NURNAS MIRAWANTO EFFENDI
NPM : 11.1.02.02.0034

Judul :

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MEBEL UD. KARTINI JEPARA NGANJUK

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
pada tanggal : 6 Januari 2016

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
2. Penguji I : Dr. H. Samari, S.E., M.M.
3. Penguji II : Lilia Pasca Riani, S.E., M.Sc

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MEBEL UD. KARTINI JEPARA NGANJUK

ERIK NURNAS MIRAWANTO EFFENDI
11.1.02.02.0034
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
Nurnaserik@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.[1] dan Lilia Pasca Riani, S.E., M.Sc [2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian dilakukan pada mebel UD. Kartini Jepara di Nganjuk. Yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana harga, kualitas produk dan pengembangan produk pada UD. Kartini Jepara dan adakah pengaruh terhadap kepuasan pelangggan. Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan perusahaan menempuh cara dengan memberikan harga yang kompetitif, produk yang berkualitas dan pengembangan produk yang terus berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman agar konsumen tidak akan berpaling dan berpindah ke produk lain.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelangan UD. Kartini Jepara Nganjuk. (2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelangan UD. Kartini Jepara Nganjuk. (3) Bagaimana pengaruh pengembangan produk terhadap kepuasan pelangan UD. Kartini Jepara Nganjuk. (4) Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan UD. Kartini Jepara Nganjuk. Teknik penggunaan sampel adalah purposive sampling pelanggan yang diambil sampel tersebut haruslah ditentukan sendiri oleh peneliti dan ada kriterianya, dalam hal ini yaitu: konsumen tersebut merupakan pelanggan UD. Kartini jepara. pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah angket. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dan kemudian diambil sampel dengan korelasi atau regresi berganda sebanyak 40 pelanggan.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk. (2) Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk. (3) Ada pengaruh signifikan antara pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk. (4) Ada pengaruh signifikan antara harga, kualitas produk, dan pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk

Kata Kunci: : harga, kualitas produk, pengembangan produk.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Pada era sekarang, mebel kayu telah menjadi kebutuhan wajib yang diperlukan untuk memberikan desain interior yang baik bagi rumah serta dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktivitas. Industri mebel juga berperan penting sebagai sumber devisa bagi negara karena peminat dari produk ini juga datang dari luar negeri. Sejauh ini industri furniture/mebel Indonesia masih memiliki pamor bagus dalam perdagangan dunia.

Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen misalnya dengan memperhatikan faktor harga. Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah. Harga merupakan salah satu pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan.

Selain harga yang relatif murah, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik.

Kepuasan pelanggan sangat penting dalam dunia usaha yang penuh dengan persaingan yang ketat. Perusahaan yang tidak menyiapkan produk baru akan menghadapi resiko yang berat dalam menghadapi persaingan dengan para pesaing-pesaingnya. Salah satu cara yang dapat memenangkan persaingan yaitu dengan melakukan inovasi produk. Menurut Buchari (2004:18) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Dengan menciptakan inovasi, sebuah produk dapat memiliki posisi strategis di pasar, memiliki life cycle yang lebih panjang, dan dapat menahan serangan dari para pesaing serta dapat memenuhi keinginan pasar (konsumen).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis harga, kualitas produk (mebel) dan pengembangan produk (mebel) pada kepuasan pelanggan. Untuk itu diajukan sebuah penelitian dengan judul.**"Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk (mebel) dan Pengembangan Produk (mebel)**

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Kartini Jepara Nganjuk"

B. Batasan Masalah

Agar bahasan tidak meluas, maka penulis memberi batasan mengenai variabel penelitian, sebagai berikut:

1. Penelitian di UD. Kartini Jepara Nganjuk.
2. Variabel penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang dipengruhi oleh: Harga, Kualitas Produk dan Pengembangan Produk.

C. Rumusan Masalah

Bedasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas kami merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelangan UD. Kartini Jepara Nganjuk.
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelangan UD. Kartini Jepara Nganjuk.
3. Bagaimana pengaruh pengembangan produk terhadap kepuasan pelangan UD. Kartini Jepara Nganjuk.
4. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan UD. Kartini Jepara Nganjuk.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Kartini Jepara Nganjuk.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Karrtini Jepara Nganjuk.
3. Pengembangan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Karrtini Jepara Nganjuk.
4. Pengaruh harga, kualitas produk, pengembngan produk terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Kartini Jepara Nganjuk.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi yang berbagai dalam beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat dengan memberi masukan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan serta dapat dijadikan dasar dan referensi penelitian lebih lanjut mengenai analisa pengaruh harga,kualitas produk, dan pengembangan produk yang digunakan oleh perusahaan terhadap kepuasan pelanggan baik jasa maupun jasa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diberikan penelitian ini terdiri dari beberapa aspek, antara lain:

a. Bagi Mahasiswa
   Menambah wawasan dan khasanah keilmuan mengenai manajemen pemasaran, khususnya harga, kualitas produk, pengembangan produk, dan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Perusahaan
   Dapat dijadikan bahan pertimbangan maupun telah kritis mengenai harga, kualitas produk, pengembangan produk dan kepuasan pelanggan yang selama ini dilakukan oleh UD. Kartini Jepara Nganjuk.

BAB II
KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kotler (1994) Dalam Nasution (2010: 104) menandaskan, bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapanya.

2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator penelitian kepuasan pemakai jasa diambil dari Spreng, Mackenzie & Olshavsky (1996) yang dikutip Fandy Tjiptono (2011:299) adalah sebagai berikut :

a. Kesesuaian harapan jasa.
b. Persepsi kinerja jasa.
c. Penilaian konsumen.

B. Harga

1. Pengertian Harga

Menurut yulianto (2013) mengutip Kotler dan Amstrong (2004:430) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

2. Indikator Harga

Menurut Stanton (dalam Rosvita, 2010:24), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

a. Keterjangkauan harga.
b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
c. Daya saing harga.
d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

C. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Saidani dan Arifin (2012) mengutip dari kotler dan amstrong (2012: 283) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian

dan reparasi produk juga atribut produk lainya.

2. **Indikator Kualitas Produk**

Menurut David Garvin (Lovelock 1987: 367) Dalam Laksana (2008: 89) menemukan 5 demensi kualitas produk terdiri dari:

a. Performasi (*Performance)*
b. Keistimewaan Tambahan (*Feature)*
c. Kehandalan (*Reliability)*
d. Daya Tahan (*Durability)*
e. Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality)*

D. Pengembangan Produk

1. **Pengertian Pengembangan Produk**

Dalam Yamit (2013:100) pada dasarnya adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki produk lama atau memodifikasi produk lama, agar selalu dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan.

2. **Indikator Pengembangan Produk**

Pengembangan produk dan perencanaan produk harus menjamin bahwa (Suhardi sigit, 1992) Dalam Sunyoto (2014:82) adalah:

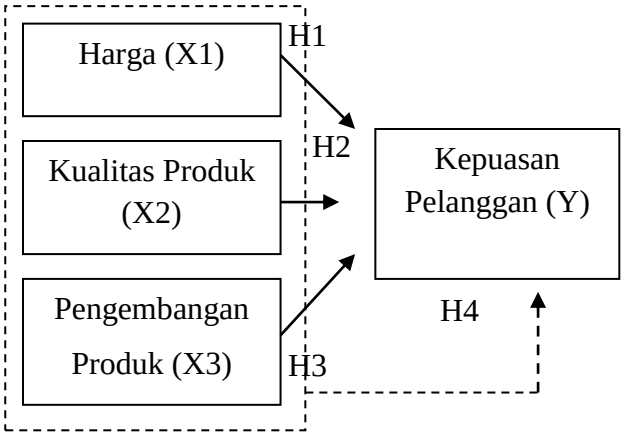
a. Kualitas barangnya baik.
b. Desain barangnya baik.
c. Barang baru dapat ditambahkan jika diperlukan.
d. Barang sekarang dapat dikurangi jika diperlukan.
e. Kegunaan-kegunaan baru selalu diusahakan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian - penelitian terdahuluu yang ada kaitanya dengan penelitian ini, antara lain:

1. Indra Aditia Suhaji (2012) judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD. Pandan Wangi Semarang.
2. Danti nurul Alam (2011) judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada travel Bejeu Semarang.
3. Putu Sukarmen,Andi Sularso,Deasy Wulandari (2013) judul Analsis pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening pada produk gula pasir sebelas (GUPALAS) pabrik gula semboro PTP nusantara XI (PERSERO).

F. Kerangka Konsep



Gambar. kerangka konsep

G. Hipotesis

Sesuai dengan latar belakang yang diajukan, perumusan masalah, tujuan penelitian dan kajian teori dalam landasan teori yang digunakan dalam penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Di duga Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada "UD. Kartini Jepara" Nganjuk.
2. Di duga Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada "UD. Kartini Jepara" Nganjuk.
3. Di duga Pengembangan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada "UD. Kartini Jepara" Nganjuk.
4. Di duga Harga, kualitas produk, dan pengembangan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada "UD. Kartini Jepara" Nganjuk.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. **Bebas (Variabel Independen)**

   Dalam penelitian ini yang berkedudukan sebagai variabel bebas yang berfungsi sebagai variabel pengaruh adalah **" Harga, Kualitas Produk dan Pengembangan Produk".**

2. **Variabel Terikat (Variabel Dependen)**

   Dalam penelitian ini yang berkedudukan sebagai variabel terikat adalah **"Kepuasan Pelanggan".**

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. **Teknik Penelitian**

   Teknik atau ragam penelitian ini adalah penelitian eksplanatory. Penelitian eksplanatory adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh variabel independen yaitu harga (X1), kualitas produk (X2) dan pengembangan produk (X3)terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

2. **Pendekatan Penelitian**

   Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden. Kemudian kuesioner diubah dalam bentuk angka berdasarkan skor yang telah ditentukan.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

   Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kampungbaru Kec. Tanjunganom Kab. Nganjuk.

2. **Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juli - Desember 2015.

D. Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan UD. Kartini Jepara di Desa Kampungbaru sebanyak 100 orang.

2. **Sampel**

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu tergantung kriteria yang digunakan. Dari sini sampel yang digunakan berjumalah 40 responden yang merupakan pelanggan UD. Kartini Jepara.

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. **Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian berbentuk kuesioner (angket).

2. **Teknik Pengumpulan Data**

a. Kuesioner
b. Wawancara
c. Dokumentasi

F. Teknik Analisis Data

1. **Analisis Data Kuantitatif**

a. **Uji validitas**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.Sugiyono (2014 : 455)

b. **Uji Reliabilitas**

Dalam pandangan Kuantitatif Suatu data dinyatakan reliable apabila data atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti yang sama dengan waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama. (Sugiyono, 2014:456).

2. **Uji Asumsi Klasik**

a. **Uji Normalitas**

Untuk menguji apakah dalam model regresi, baik variabel dependen maupun variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah, model regresi yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006: 147).

b. **Uji Multikolonieritas**

Mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dengan melihat nilai tolerance dan nilai *variance inflation factor* (VIF) yang dapat dilihat dari output SPSS. Menurut Ghozali (2005:110), untuk

mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah :

1) Jika nilai tolerance > 10% dan nilai VIF < 10, maka tidak ada multikolinearitas.
2) Jika nilai tolerance < 10% dan nilai VIF > 10, maka ada multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedasittas

Uji Heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

d. Uji Auto Kolerasi

Untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pada periode t dengan periode t-ı. Model regresi yang baik adalah bebas autokolerasi. Mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan uji statistik. Menurut Ghozali (2006).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear bergandanya adalah:

$$Y = a+b1X1+b2X2+b3X3+e$$

Dimana :

Y =Kepuasan pelanggan
a = konstata
b1 = koefisien regresi dari variabel X1
x1 = Variabel Harga
b2 = Koefisien regresi variabel X2
x2 = Variabel Kualitas produk
b3 = Koefisien regresi variabel X3
x3 = Variabel Pengembangan produk
e = Error term

4. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2006: 88).

b. Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau terpisah signifikan atau tidak (Ghozali, 2005: 84).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi dalam menerangkan variasi variabel dependen Terhadap variabel independen Dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2), dapat diperoleh informasi Terhadap kontribusi tersebut. Nilai koefisien determinasi

adalah 0 < R^2< 1. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan kontribusi variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen. (Ghozali, 2006:87).

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

UD "Kartini Jepara" adalah Perusahaan Produksi sekaligus pemasar produk-produk mebel dari kayu Mahoni dan kayu jati.Perusahaan kami berdiri tahun 2001, di pimpin oleh bapak Supriadi dan keluarganya.Lokasi mebel tersebut terletak di Desa Kampungbaru Kec. Tanjunganom Kab. Nganjuk.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur.

Dari tabel terlihat bahwa dari keseluruhan indikator pada masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{table}$(dengan nilai 0,271) dan Sig. < 0,05 (5%).Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari masing-masing indikator dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Asumi Klasik

a. Uji Normalitas

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini menunjukkan nilai VIF semua

variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari (0,10)atau 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Autokolerasi

Dari tabel 4.10diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 2,165, nilai dU (1,72) sehingga 4-dU= 4-1,72= 2,28. Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara dU s/d 4-dU sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

d. Uji Heteroskedatisitas

Dapat dilihat pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak berbentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tabel di atas maka dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y=1,121+0,340X_1+0,146X_2+0,164X_3}$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas juga berarti:

a. Nilai konstanta(a) yaitu 1,121, artinya apabila variabel harga, kualitas produk, dan pengembangan produk diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali(=0), maka variabel Y (kepuasan pelanggan) memiliki nilai sebesar 1,121.
b. Koefisien regresi X1 0,340, artinya bahwa setiap peningkatan harga secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,340 bila variabel lainnya konstan.
c. Koefisien regresi X2 0,146, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas produk secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,146 bila variabel lainnya konstan.
d. Koefisien regresi X3 0,164, artinya bahwa setiap peningkatan pengembangan produk secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan

peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,164 bila variabel lainnya konstan.

4. Koefisien Determinasi

Dari tabel 4.12 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square=0,911yang berari 91%) menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh sebesar 91% terhadap variabel terikat dan sebesar 9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

5. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji t

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa :

H1: Nilai signifikan variabel harga yaitu 0,002< 0,05 yang berarti harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk. Sehingga untuk hipotesis pertama (H1) diterima.

H2: Nilai signifikan variabel kualitas produk yaitu 0,021< 0,05 yang berarti kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk. Sehingga untuk hipotesis kedua (H2) diterima.

H3: Nilai signifikan variabel pengembangan produk yaitu 0,024< 0,05 yang berarti pengembangan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk. Sehingga untuk hipotesis ketiga (H3) diterima.

b. Uji F

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas (harga, kualitas produk dan pengembangan produk) dalam penelitian ini mempengaruhi variabel terikatnya (kepuasan pelanggan). Hal tersebut dapat dilihat pada nilai signifikan dari ketiga variabel independen/bebas dengan nilai sig. 0,000<0,5 (5%). Sehingga keempat (H4) dalam penelitian ini diterima. Artinya adalah secara simultan (bersama-sama) semua variabel independen/bebas secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.

6. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas

bahwa secara parsial (individu) semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketiga variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi harga, kualitas produk, dan pengembangan produk maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang rasakan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan.Adapun penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

   Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,384 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,002tersebut < 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

   Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,407dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,021tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. **Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

   Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan didapat nilai t hitung sebesar 2,363 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,024 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ho diterima dan Ha ditolak, Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pengembangan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.
2. Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.
3. Ada pengaruh signifikan antara pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.
4. Ada pengaruh signifikan antara harga, kualitas produk, dan pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.

B. Implikasi

Pengembangan dari temuan penelitian mencangkup pada dua hal, yakni pengembangan ilmu dan pengembangan perusahaan. Pengembangan ilmu berhubungan dengan kontribusinya di luar industri dan Pengembangan perusahaan berkaitan dengan kontribusinya temuan penelitian terhadap harga, kualitas produk, dan pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.

1. Implikasi Teoritis

   Sebagai bahan perbandingan teori dan praktek sehingga dapat menambah wawasan yang sangat penting bagi peneliti dimasa yang akan datang dan menerapkan ilmu selama kuliah.

2. Implikasi Praktis

   Dapat digunakan bagi perusahaan dalam memproduksi barang dengan memberikan harga yang terjangkau, kualitas produk yang bagus dan pengembangan produk agar sebuah produk dapat diingat oleh pelanggan sehingga mudah untuk pelanggan melakukan pembelian, serta memberikan informasi tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan pengembangan produk dengan kepuasan pelanggan pada Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberi saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Hendaknya perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen lebih menitik beratkan pada harga, kualitas produk, dan pengembangan produk. Dilihat

dari kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan tersebut diperoleh data bahwa pelanggan memiliki penilaian yang tinggi terhadap harga, kualitas produk, dan pengembangan produk, sehingga dengan demikian dengan memperhatikan harga, kualitas produk, dan pengembangan produk dengan baik akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya di Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk

2. Bagi Peneliti Selanjutnya
   Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan di Mebel UD Kartini Jepara Nganjuk agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap lagi sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang lebih sempurna dari penelitian ini.
3. Bagi Konsumen
   Sebagai referensi dan informasi yang kemudian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam setiap melakukan pembelian suatu produk barang.

DAFTAR PUSTAKA

Anggipora, M. P., 2002, Dasar –Dasar Pemasaran, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen,* Volume 1 Nomor 1, Januari 2013: 25-46.

Danti nurul Alam, 2011, judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada travel Bejeu Semarang).

D.A. Garvin, 1987, Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting, Free Press.

http://digilib.unpas.ac.id/files/disk1/60/jbptunpaspp-gdl-hermansyah-2979-2babii.pdf

Indra Aditia Suhaji, 2012, ***Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Masyarakat pada UD. Pandang Wangi Semarang,*** jurnal.widyamanggala.ac.id, Vol 1.No 1.

Kotler, P. dan G. Armstrong. 2004, Dasar –dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid I.Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen,* Volume 1 Nomor 1, Januari 2013: 25-46

Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education Limited. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2012

Nur Wulandari dan Widiantono. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualittas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KOPIKITA Semarang). Vol. 2, Nomor 2. 2013.

Putu Sukarmen, Andi Sularso, Deasy Wulandari. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gulapas) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara X1 (PERSERO). JEAM Vol. XII No. 1/2013

Stanton, William, (1996),Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Erlangga : Jakarta.

Soehardi Sigit. 1992. *Marketing Praktis.* Penerbit Armirrita: Yagyakarta.1992. Marketing,jilid 1. PenerbitErlangga: Jakarta

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction, Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Pustaka andi

Zamit, Yulian. 2013. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta. Ekonisia.