PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA MEBEL UD DUTA JATI TAHUN 2016)

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

OLEH :

HARIYANTO
NPM : 12.1.02.02.0538

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh :

HARIYANTO
NPM : 12.02.02.0538

Judul:

PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA MEBEL UD DUTA JATI TAHUN 2016)

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada
Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 11 Agustus 2016

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Sri Aliami, S.E., M.M.	**Poniran Yudho L., S.E., M.M**
NIDN. 0716086403	**NIDN.0704047301**

Skripsi oleh :

HARIYANTO
NPM : 12.02.02.0538

Judul:

PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA MEBEL UD DUTA JATI TAHUN 2016)

Telah dipertahankan di depan Panitia Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal : 11 Agustus 2016

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Sri Aliami, S.E., M.M.
2. Penguji I : Dr. Samari
3. Penguji II : Poniran Yudho L., S.E., M.M

Mengetahui,
Dewan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA MEBEL UD DUTA JATI TAHUN 2016)

Hariyanto
12.1.02.02.0538
Fakultas Ekonomi - Manajemen
hariyantokdr4@gmai.com
Dr. Sri Aliami, S.E., M.M. dan Poniran Yudho L,S.E.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan bisnis mebel dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah "Pengaruh harga, desain produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk mebel ud duta jati".Penelitian ini mencoba mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan kepuasan pelanggan terhadap produk mebel di UD Duta Jati. Tujuan penelitian ini untukmenganalisis pengaruh masing-masing variabel yaitu harga (X_1), desain produk (X_2) dan kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuisioner terhadap 40 orang responden pengguna mebel UD Duta Jati dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik,uji hipotesis lewat uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis mendapatkan bahwa ketiga faktor harga, desain produk dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa tiga variabel yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel harga, desain produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama dalam kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Desain Produk, Kualita Produk, Kepuasan Pelanggan.

Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dewasa ini begitu pesat menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien dalam melaksanakan aktifitasnya. Serta dalam mengahadapi era globalisasi sekarang, lingkungan dunia usaha harus dapat mengatasi perubahan teknologi yang semakin canggih, baik perusahaan yang berorientasi laba maupun nirlaba. Pengertian organisasi nirlaba secara umum adalah organisasi yang dalam operasinya ini tidak berorientasi dalam menghasilkan laba. Penekanan dalam organisasi ini pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pihak-pihak eksternal, contohnya adalah mebel sebagai pemasok alat kebutuhan rumah.

Mebel / Furniture merupakan salah satu kebutuhan dalam setiap rumah. Fungsinya tak hanya untuk memperindah interior dalam rumah, tapi juga untuk sebuah estetika yang mencitrakan kepribadian si pemilik rumah, selain fungsi utamanya yang menjadi alat untuk membantu kebutuhan sehari-hari.

Dengan adanya situasi tersebut maka permasalahan ini perushaan layak di teliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi, harga, desain produk, dan kualitas produk terhadap kepuasaan pelangan pada UD Duta Jati Kediri. Sebelum terjadi ketidak puasan yang lebih tinggi dan merugikan perusahaan.

Berdasarkan pada latar belakan di atas maka penulis ingin meneliti "**Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mebel di UD Duta Jati Tahun 2016".**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Faktor – faktor apa saja yang mempenguruhi konsumen terhadap produk mebel ?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap produk mebel di lingkungan sekitar ?
3. Bagaimana pandangan konsumen tentang kualitas produk mebel ?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan terjadi jika konsumen puas terhadap produk mebel?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mebel UD Duta Jati Kediri.

2. Pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan mebel UD Duta Jati Kediri.
3. Pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mebel UD Duta Jati Kediri.
4. Pengaruh harga, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mebel UD Duta Jati Kediri.

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver dalam Hasan (2008:56) merumuskan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli, dimana presepsi terhadap kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian, apabila presepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2011:453-454) yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasikan, ketidakpuasan pelanggan,

2. Harga

a. Pengertian harga

Menurut Tjiptono (2008:151) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan

b. Indikator Harga

Adapun indikator Harga menurut Kotler (2008:345) yaitu: keterjangkauan harga, kesusaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produksi, harga mempengaruhi daya beli konsumen, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

3. Desain produk

a. Pengertian Desain Produk

Menurut Gregory dalam Tahid dan Nurcahyanie (2007 : 39) mendefinisikan desain sebagai hubungan antara benda (barang) dengan suatu keadaan atau kondisi tertentu. Dengan tujuan memberikan suatu

kepuasan bagi pengguna barang, produk tertentu.

b. Indikator Desain Produk

Menurut Kotler (2005 : 131 – 138) yaitu: ciri-ciri, kinerja, mutu kesesuaian, tahan lama, tahan uji, kemudahan perbaikan, model.

4. Kualitas Produk

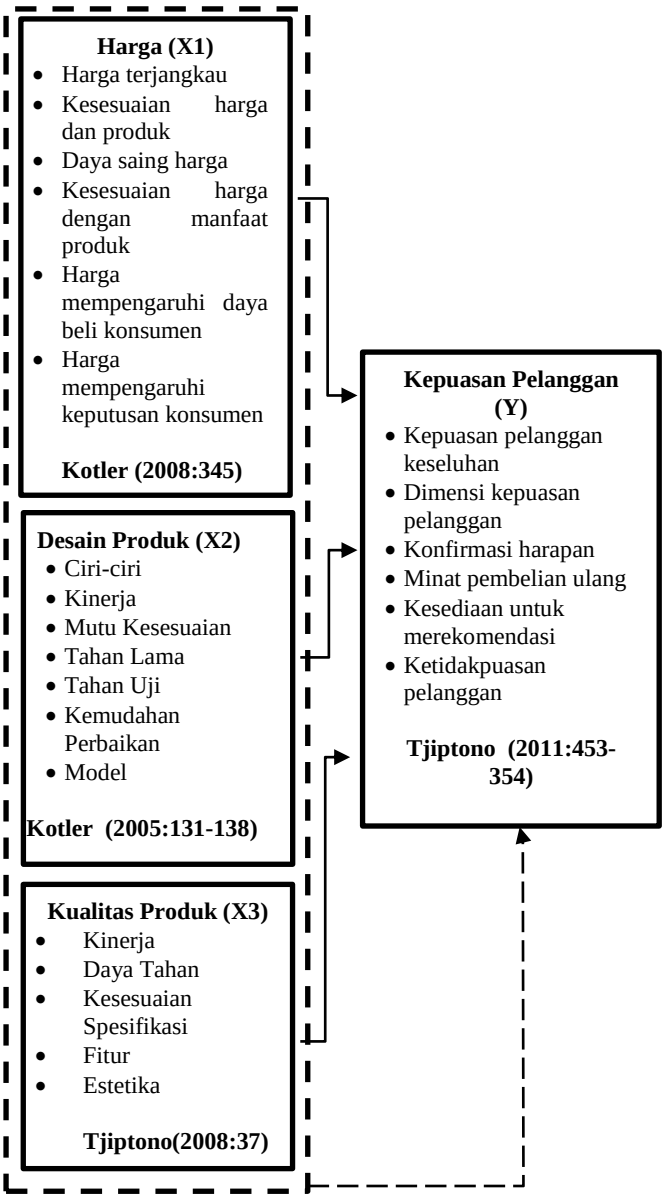
a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Pride dan Ferrel (2010:317) bahwa kualitas produk mengacu pada keseluruhan karakteristik dari sebuah produk yang menggambarkan peforma produk sesuai yang diharapkan oleh pelanggan dalam memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan.

b. Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008:37) yaitu : kinerja, daya tahan, kesesuaian Sspesifikasi, fitur, estetika.

B. Kerangka Berfikir



Gambar 2.1

Kerangka Konsep

Keterangan :

→ : Secara parsial

--------→ : Secara Simultan

Hipotesis

H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mebel UD Duta Jati tahun 2016

H2 : Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada mebel UD Duta Jati tahun 2016

H3 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mebel UD Duta Jati tahun 2016

H4 : Harga, Desain Produk, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mebel UD Duta Jati tahun 2016.

.

METODE

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. **Jenis Penelitian**

   Kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel.

2. **Pendekatan Penelitian**

   Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang memusatkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik berdasarkan jawaban kuesioner dari responden. Hasil perhitungan dari skor atau nilai tersebut kemudian dalam analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan program SPSS untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel penelitian.

B. Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

   Menurut Sanusi (2014:87), populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi kesimpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan cirri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli UD Duta Jati yang berjumlah 41 orang.

2. **Sampel**

   Menurut Sugiono (2007:73), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi yang ada (karena keterbatasan dan, waktu dan

tenaga), maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi yang di ambil itu.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2012:126), menyatakan bahwa "Sampling jenuh adalah teknik penentuan apabila sempel semua angota populasi digunakan sebagai sampel" Dalam hal ini sampel yang di ambil yaitu ada pemesanan meja belajar dari wali murit SDN. Kedak 1 sejumlah 36 wali murid secara kolektif dengan berbagai model yang di pilih dan terdapat 1 pembeli Buffet, 3 pembeli Almari dan 1 Sofa, tetapi ada 1 orang yang tidak mengumpulkan angket. Jadi sampel dari penelitian ini adalah 40 orang pembeli Mebel UD duta jati.

C. Instrumen Penelitian

Menurut Sanusi (2014:67) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan/pertanyaan yang tertulis kepada responden.

Dalam penelitian ini instrumen penelitian diuji dengan menggunakan validitas (digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner) dan reliabilitas (mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel) sebagai alat ukur suatu instrumen.

Uji validitas instrumen dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi skor pada setiap butir pernyataan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 21*. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut di katakana valid.

Berdasarkan hasil uji validitas semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat ditunjukkan dengan nilai dari masing-masing item pernyataan memiliki nilai *Pearson Correlation* positif dan lebih besar dari pada nilai r tabel.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*yang dihitung dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 21*. Kriteria pengujian adalah jika nilai *alpha cronbanch's* lebih dari 0,6 (α > 0,6), maka menunjukkan bahwa ukuran yang dipakai sudah *reliable* (Ghozali, 2011:48).

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel harga, desain produk, kualitas produk dan kepuasan konsumen dinyatakan reliabel, karena mempunyai nilai lebih dari 0,60.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji layak tidaknya analisis regresi yang digunakan dalam penelitian. Asumsi klasik menurut Ghozali (2011:105) meliputi uji multikorelasi, autokorelasi, heteroksiditas, dan uji normalitas.

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105) uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, yaitu dengan melihat besarnya nilai Toleransi value atau *Variance Inflation Factor* (VIF).

Mengacu pada kedua pendapat diatas, maka hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.254	3.942
	Desain Produk	.297	3.367
	Kualitas Produk	.206	4.849

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output SPSS

Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa variabel harga, desain produk dan kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,254 ; 0,297 ; 0,206 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 3,942 ; 3,367 ; 4,849 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

b. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2005:95) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelum). Jika terdapat korelasi maka model tersebut mengalami

masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan uji statistic *Durbin-Watson* (DW-test).

Berikut ini hasil uji *Durbin-Watson* (DW *test*) yang nilainya akan dibandingkan dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, ditunjukkan pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4.2
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.00539	1.747

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Desain Produk, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

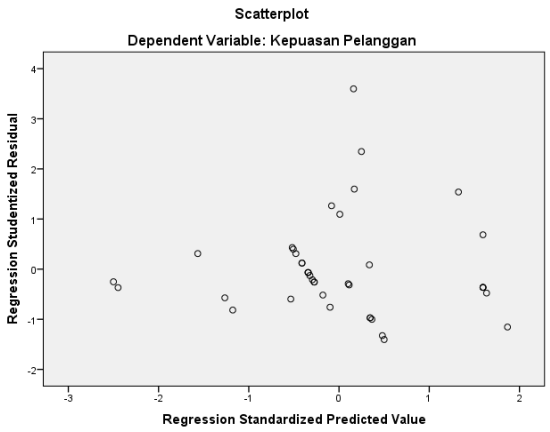
Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas nilai DW hitung lebih besar dari (du) = 1,659 dan kurang dari 4 – 1,659 (4-du) = 2,341 atau dapat dilihat pada Tabel 4.10 yang menunjukkan du < d < 4 – du atau 1,659 < 1,747 < 2,341, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi. Hal ini berarti ada korelasi antara kasalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005:105) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari satu residual lainnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 21 dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.1
Uji Heterosdastisitas

Sumber :Output SPSS

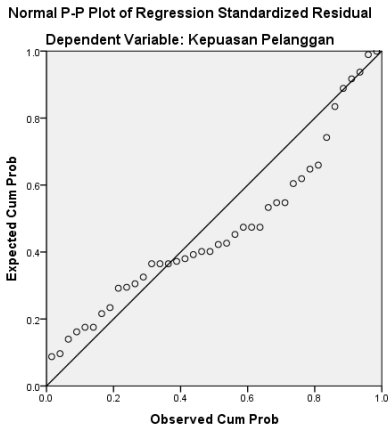
Ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta

tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

d. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2005:110) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 21 dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.2
Uji Normalitas

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 21 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.494	1.089
	Harga	.185	.088

	Desain Produk	.316	.066
	Kualitas Produk	.239	.104

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Output SPSS

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

$$Y = 2{,}494 + 0{,}185\ X_1 + 0{,}316\ X_2 + 0{,}239X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu $Y = 2{,}494 + 0{,}185\ X_1 + 0{,}316\ X_2 + 0{,}239X_3 + \varepsilon$ persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1. Konstanta = 2,494
   Jika variabel harga (X_1), desain produk (X_2), dan kualitas prosuk (X_3) = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 2,494
2. Koefisien X_1 = 0,185
   Setiap penambahan 1 satuan variabel ada harga (X_1), dengan asumsi desain produk (X_2), dan kualitas produk (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,185. Sebaliknya, jika harga (X_1) turun 1 satuan dengan asumsi desain produk (X_2), kualitas produk (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,185.
3. Koefisien X_2 = 0,316
   Setiap penambahan 1 satuan variabel ada desain produk (X_2), dengan asumsi harga (X_1), dan kualitas produk (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,3,16. Sebaliknya, jika desain produk (X_2) turun 1 satuan dengan asumsi harga (X_1), kualitas produk (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,316.
4. Koefisien X_3 = 0,239
   Setiap penambahan 1 satuan variabel ada kualitas produk (X_3), dengan asumsi harga (X_1), dan desain produk (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,239. Sebaliknya, jika kualitas produk (X_3) turun 1 satuan dengan asumsi harga (X_1), desain produk (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan menurunkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,239.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Berikut hasil koefisien determinasi dari ketiga variabel bebas, yaitu adalah harga, desain produk, dan kualitas produk.

Tabel 4.4
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.943[a]	.888	.879

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Desain Produk, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS

Diperoleh nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,888. dengan demikian menunjukkan bahwa adalah harga, desain produk, dan kualitas produk dapat menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 88,8% dan sisanya yaitu 11,2% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Dengan ketentuan jika nilai signifikansi < 0,05 (α=5%), maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.290	.028
	Harga	2.110	.042
	Desain Produk	4.781	.000
	Kualitas Produk	2.291	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa:

1. Diperoleh nilai signifikan variabel harga adalah 0,042. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel harga < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Diperoleh nilai signifikan variabel kualitas produk adalah 0,000.. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel desain produk < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian

parsial ini adalah desain produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Diperoleh nilai signifikan variabel lokasi adalah 0,028. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel kualitas produk < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F

Pengujian ini untuk membuktikan apakah pengaruh dari variabel independen secara simultan (menyeluruh) memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependen.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan SPSS dapat diketahui hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji f (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289.611	3	96.537	95.505	.000[b]
	Residual	36.389	36	1.011		
	Total	326.000	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Desain Produk, Harga

Sumber : Output SPSS

Diperoleh nilai signifikan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel harga, desain produk, dan kualitas produk < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah harga, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN SIMPULAN

A. Hasil

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai signifikan variabel pelayanan adalah 0,042 < 0,05. Nilai tersebut lebih kecil dari $\alpha = 0.05$, sehingga hipotesis H_a diterima.

Dari hasil rata-rata jawaban responden sebesar 4,00 dari keempat indikator yaitu pada variabel harga menunjukkan bahwa responden setuju akan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, harga

mempengaruhi daya beli konsumen, dan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan memiliki peran terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan memberikan komitmen secara konsisten pada penetapan harga maka perusahaan akan dapat dengan mudah meningkatkan kepuasan pelanggan UD Duta Jati.

Hasil penelitian ini berarti mendukung dengan penelitian Prasetyo (2012), dengan hasil harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai signifikan variabel desain produk adalah 0,000 < 0,05. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05, sehingga hipotesis H_a diterima.

Dari hasil rata-rata jawaban responden sebesar 3,77 dari ketujuh indikator yaitu pada variabel desain produk menunjukkan bahwa responden setuju akan ciri – ciri, kinerja, mutu kesesuaian, tahan lama, tahan uji, kemudahan perbaikan, dan model yang dipersepsikan memiliki peran terhadap kepuasan pelanggan. Dengan memberikan komitmen secara konsisten pada desain produk maka perusahaan akan dapat dengan mudah meningkatkan Kepuasan Pelanggan UD Duta Jati.

Hasil penelitian ini berarti mendukung dengan penelitian Sumawardani (2016), dengan hasil Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai signifikan variabel kualitas produk adalah 0,028 < 0,05. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05, sehingga hipotesis H_a diterima.

Dari hasil rata-rata jawaban responden sebesar 3,96 dari kelima indikator yaitu pada variabel keualitas produk menunjukkan bahwa responden setuju akan kinerja, daya tahan, kesesuaian spesifikasi, fitur, dan estetika memiliki peran terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan memberikan komitmen secara

konsisten pada kualitas produk maka perusahaan akan dapat dengan mudah meningkatkan kepuasan pelanggan UD Duta Jati

Hasil penelitian ini berarti mendukung dengan penelitian Fitradi 2015), yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara parsial dan silmutan antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

4. **Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara simultan harga, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 4.6, diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan harga, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien determinasi *Adjusted* R^2 sebesar 0,879 yang berarti bahwa 87,9% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Dari persentase yang tergolong tinggi tersebut, menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan kepuasan pelanggan, tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini yaitu sebesar 12,1%.

B. Simpulan

Penelitian ini pada dasarnya menitik beratkan pada masalah pemasaran khususnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, desain produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Produk Mebel di UD Duta Jati. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati.
2. Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati.
3. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati.
4. Harga, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Duta Jati.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Aditia. I. 2012. *Pengertian Kualitas Produk* tersedia : http://jurnal.widyatamanggala.ac.id

Alma, Buchary. 2013. *Menejemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta

Abdullah, Tamrin Dan Tantri Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada

Bayu, Hadyanto Mulyono Dkk. 2007 *Aalisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Study Kasus Pada Perumahan Puri Medetenia Semarang) Jurnal Study Manajemen Dan Organisasi. Vol.4 No. 2 Hal. 91 Tahun 2007. Tersedia : http://joernal.undip.ac.id

Gintining, Hartimbul F.Nembah. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Margahayu Permai

Hadi, Santoso teguh 2015 *Idikator Kepuasan Konsumen* tersedia : http://www.teguhsantoso.com

Lonardo, 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Lingkungan Fisikperusahan Kue Lapis Legit Xyz Terhadap Kepuasan Konsumen* Dalam Membangun *Word Of Mouth* Positif. Tersedi : http://ojs.atmajaya.ac.id

LPPM, 2015. Panduan *Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Kediri : Universitas Nusantara PGRI

Nugroho, Aditya Nokma.2015. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. Survei Pada Counter Perdana Di Gresik. Tersedia : http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Nugroho, Prasetyo Eriyanto. 2012 *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Note Book Acer*. (Study Kasus Mahasiswa UNNES Fakultas

Ekonomi) tersedia : http://Iib.unnes.ac.id

Putri, RW. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan.* Survei Pada Pelanggan Auto 2000 Waru Surabaya. Tersedia : http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Prasetio, Ari. 2012 *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.* Manajemen Analisis Jurnal Vol.1 NO. 1 Tersedi : http://journal.UNNES.ac.id

Rahman. A. 2013. *kepuasan pelanggan*. Tersedia : http://repository.widyatama.ac.id

Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat

Sugiyono,2015.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, Bandung : Alfabeta

Tahid, Suwarno Dan Dwi Nurcahyanie, Yulia 2007. *Konsep Teknologi Dalam Pengembangan Produk Industri,* Jakarta : Kencana Prenada ,Media Groub.

.