
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Yusuf^{1*}

¹Jurusan Manajemen, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

*Corresponding author email: yu5ufr4uf@gmail.com

Article Info

Article history:

Received: September 20, 2025

Approved: October 20, 2025

Keywords:

*Customer Satisfaction,
Drinking Water Depot,
Price, Product Quality*

ABSTRACT

This study aims to analyze 1) The effect of product quality on Customer Satisfaction at Iwoiro Drinking Water Depot, 2) The effect of price on Customer Satisfaction at Iwoiro Drinking Water Depot. and 3) The simultaneous effect of product quality and price on Customer Satisfaction at Iwoiro Drinking Water Depot. Data was obtained from 75 samples who were customers of the Iwoiro Drinking Water Depot, Lalonggasumeeto District, Konawe Regency Based on the results of the analysis, it can be concluded that 1) Product quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at the Iwoiro Drinking Water Depot. This means that the better the quality of the products produced can increase the customer satisfaction of the Iwoiro Drinking Water Depot. 2 Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Drinking Water Depots e. This means that the better customer perception of the product price is able to increase customer satisfaction of Iwoiro Drinking Water Depot. and 3) Product quality and price simultaneously affect Customer Satisfaction at Iwoiro Drinking Water Depot. This means that the increasing production quality and customer perception of product prices can increase customer satisfaction of Iwoiro Drinking Water Depot.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) Pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro, 2) Pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro. dan 3) Pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro. Data diperoleh dari 75 sampel yang merupakan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro. 2 Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum e. Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro. dan

3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro. Hal ini berarti bahwa semakin kualitas produksi dan persepsi pelanggan terhadap harga produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Example: Yusuf Y. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Nusantara Sosial Sains*, 1(3), 83–94. <https://doi.org/10.64020/jnss.v1i3.26>

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, sangat banyak perusahaan yang didirikan dengan berbagai macam jenis usaha yang bergerak di berbagai sektor. Perusahaan-perusahaan yang didirikan tersebut tidak hanya berada di kota namun juga merambat ke daerah-daerah hingga ke pelosok pedesaan.

Oktari (2016) menyatakan bahwa salah satu sektor usaha tersebut adalah produk air minum isi ulang. Produk ini disambut baik oleh konsumen sebagai salah satu alternative dari sulitnya mendapatkan air yang layak untuk dikonsumsi. Pertumbuhan usaha air minum isi ulang ini semakin menjamur dengan harga yang jauh lebih murah bila dibandingkan dengan air minum dalam kemasan. Konsumen semakin menggemari air mineral dalam kemasan, dari tahun ke tahun, konsumsi air mineral dalam kemasan mengalami peningkatan dikarenakan gaya hidup masyarakat yang tidak mau repot untuk memasak air. Produsen air mineral dalam kemasan memanfaatkan peluang tersebut untuk mengembangkan bisnis.

Meningkatnya volume usaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) menyebabkan perusahaan bisnis di dalam persaingan usaha semakin ketat. Suatu perusahaan dituntut untuk menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya agar mampu menjadi pemenang dalam suatu persaingan bisnisnya (Effiyaldi, 2016). Hal itu juga menuntut agar perusahaan mampu menjaga kepuasan pelanggan mereka.

Hidayati, Maddinsyah dan Sunarsi (2021) menyatakan begitu pentingnya kepuasan pelanggan pada suatu usaha antara lain berdampak positif pada loyalitas pelanggan, munculnya rekomendasi dari mulut ke mulut, menumbuhkan kerjasama antara perusahaan dengan pemasok serta pelanggan biasanya akan tetap membeli produk lain yang dihasilkan dari suatu usaha tersebut. Menurut Ihalauw (2005), perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya. Sehingga perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas dan harga yang murah agar mampu bersaing. Beberapa variabel yang dianggap mampu mendorong peningkatan kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas produk dan persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan.

Depot Air Minum Iwoiro merupakan salah satu depot air minum yang berlokasi di Kecamatan Lalaonggasumeeto Kabupaten Konawe. Depot ini menyediakan air minum yang dipasarkan yang diolah dari air mentah sebagaimana mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa meskipun produk yang ditawarkan oleh Depot Air Minum Iwoiro sudah menjadi produk dominan air minum yang dikonsumsi masyarakat Kecamatan Lalonggasumeeto, namun masih saja didapatkan beberapa keluhan pelanggan terkait kualitas produk seperti galon yang masih ditemukan bocor, pencucian gallon air yang belum bersih maksimal serta masih sering adanya keluhan keterlambatan pengantaran pada beberapa desa yang ada di Kecamatan Lalonggasumeeto. Hal ini perlu untuk ditindaklanjuti oleh manajemen Depot Usaha Iwoiro dalam rangka tetap mempertahankan dominasi dan tingkat kepuasan pelanggan dan tidak mudah berpaling dan beralih ke pesaing mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas memberikan motivasi bagi penulis untuk mengambil penelitian dengan judul:” Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe”.

Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang dan jasa (Sunyoto 2013). Daryanto (2011) menyatakan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Tujuan organisasi tentunya membutuhkan pemasaran untuk mengaktualisasikan dirinya terhadap konsumen. Perusahaan membutuhkan manajemen terpadu untuk mengelola program pemasaran yang telah ada guna mendapatkan hasil yang maksimal. Assauri (2014) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai kegiatan penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui pasar sasaran guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.

Rangkuti (2011) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian. Menurut Sunyoto (2013) kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana pelanggan memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat.

Amir (2005) menyatakan terdapat beberapa karakteristik yang ditemui dari pelanggan yang puas terhadap suatu produk atau jasa yaitu a)pelanggan melakukan pembelian ulang secara teratur, b)pelanggan mau membeli produk lain dan bukan hanya satu saja, c)pelanggan bersedia merekomendasikan produk yang dibelinya kepada orang terdekatnya dan d)pelanggan tidak mudah beralih ke produk pesaing.Tjiptono (2014)

menyatakan bahwa perusahaan dapat melakukan beberapa cara dalam mengukur kepuasan pelanggan diantaranya a) Sistem keluhan dan saran, b) Survey kepuasan pelanggan, c) *Ghost shopping*, dan d) *Lost Customer Analysis*.

Wijaya (2018) mengartikan, kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau atribut-atribut tertentu. Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008) bahwa karakteristik produk yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Wijaya (2018) menyatakan beberapa unsur yang dapat dimasukkan sebagai produk yang unggul yaitu memiliki desain yang bagus, keunggulan dalam persaingan, memiliki daya tarik fisik serta menunjukkan keaslian. Hasil penelitian Agustina (2019), Pratiwi dan Lubis (2021), Setiawan dan Irawati (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk secara signifikan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Heryanto (2015) mengemukakan bahwa harga bisa dikatakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, harga juga merupakan jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat menggunakan produk atau jasa guna untuk memiliki produk atau jasa tersebut.

Heryanto (2015) menyatakan bahwa pada umumnya tujuan-tujuan penetapan harga yaitu, tujuan berorientasi pada laba, tujuan berorientasi pada volume, tujuan berorientasi pada Citra (image), tujuan stabilisasi harga, tujuan-tujuan lain yaitu harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Hidayat (2021) dan Sugito (2023) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H3: Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE

Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan di Depot Air Minum Isi Ulang Iwoiro Kec. Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe dari bulan Februari-Maret 2024. Alasan pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan kemudahan dalam pencarian data dan informasi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian air minum pada Depot Air Minum Iwoiro Kec. Lalonggasumeeto Kab. Konawe. Adapun jumlah pasti populasi tidak diketahui. Sampel penelitian dipilih dengan beberapa kriteria diantaranya : melakukan pembelian lebih dari satu kali, berumur 16 tahun keatas, berdomisi di Kecamatan Lalonggasumeeto Kab. Konawe dan bersedia mengisi kuisioner penelitian, dan sampel yang dapat ditarik dengan kriteria tersebut berjumlah 75 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk menelaah kemampuan setiap item pertanyaan dalam mengukur variabelnya yaitu dengan mengamati nilai koefisien validitas dari setiap item pertanyaan. Dari data yang diuji menggunakan SPSS untuk variabel kualitas produk, harga dan kepuasan maka hasil uji validitasnya dapat dilihat sebagaimana tabel dibawah ini

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel kualitas produk

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X111	0.439	≥ 0.227	Valid
X112	0.606	≥ 0.227	Valid
X121	0.681	≥ 0.227	Valid
X122	0.421	≥ 0.227	Valid
X131	0.445	≥ 0.227	Valid
X132	0.407	≥ 0.227	Valid
X141	0.519	≥ 0.227	Valid
X142	0.405	≥ 0.227	Valid
X151	0.419	≥ 0.227	Valid
X152	0.442	≥ 0.227	Valid
X161	0.525	≥ 0.227	Valid
X162	0.487	≥ 0.227	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Dan variabel Harga (X2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel harga

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X211	0.697	≥ 0.227	Valid

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X212	0.660	≥ 0.227	Valid
X221	0.606	≥ 0.227	Valid
X222	0.706	≥ 0.227	Valid
X231	0.527	≥ 0.227	Valid
X232	0.625	≥ 0.227	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Dan variabel Kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel kepuasan pelanggan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y11	0.696	≥ 0.349	Valid
Y12	0.491	≥ 0.349	Valid
Y21	0.489	≥ 0.349	Valid
Y22	0.701	≥ 0.349	Valid
Y31	0.727	≥ 0.349	Valid
Y32	0.742	≥ 0.349	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari tabel 1 – 3 dapat dilihat bahwa nilai r hitung pernyataan-pernyataan variabel variabel kualitas produk, harga dan nilai r hitung variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari nilai r tabel dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen memenuhi syarat validitas.

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukuran mempunyai kehandalan dalam mengukur. Dalam hal ini bila *Reliability coefficient* (alpha) nilainya > 0.70 maka variabel dan butir pertanyaan yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Syarat	Keterangan
Kualitas produk	0.704		Reliable
Harga	0.709	≥ 0.70	Reliable
Kepuasan pelanggan	0.719		Reliable

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.704, variabel Harga (X2) sebesar 0.704 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.719 dapat dilihat bahwa setiap variabel lebih besar dari 0.70 dengan demikian maka kuesioner yang digunakan dapat dikatakan dapat dipercaya dan diandalkan.

Uji Regresi

Hasil uji regresi penelitian ini akan diperlihatkan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi
Coefficients^a

	Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients	Beta		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.518	2.607		-2.116	.038
	Kualitas Produk	.504	.062	.665	8.087	.000
	Harga	.232	.088	.217	2.645	.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2024)

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar -5.518 variabel Kualitas produk (X1) koefisien regresinya sebesar 0.504 dan variabel Harga (X2) koefisien regresinya sebesar 0.232

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi di atas, maka rumus persamaan regresinya adalah:

$$\hat{Y} = -5.518 + 0.504X_1 + 0.232X_2$$

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda ditemukan bahwa koefisien regresi Kualitas produk (X1) 0.504 dengan nilai t sebesar 8.087 dan tingkat signifikan sebesar 95%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara kualitas produk dengan kepasan pelanggan, atau dengan kata lain bahwa peningkatan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan di depot air minum Iwoiro Kec. Lalongasumeeto Kab. Konawe. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda ditemukan bahwa koefisien regresi harga (X2) 0.232 dengan nilai t sebesar 2.645 dan tingkat signifikan sebesar 95%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara harga dengan kepasan pelanggan, atau dengan kata lain bahwa perubahan harga akan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan di depot air minum Iwoiro Kec. Lalongasumeeto Kab. Konawe. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda ditemukan bahwa nilai Fhitung (61.423) > F(0,05;2,75) (3.124) dan nilai rho sig. sebesar 0.000 < 0.05, Oleh karena itu diambil keputusan H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya Kualitas produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di depot air minum Iwoiro Kec. Lalongasumeeto Kab. Konawe, pada taraf nyata 5%. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa nilai koefisien r sebesar 0.794 menunjukkan variabel bebas kualitas produk dan harga secara simultan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan di depot air minum Iwoiro Kec. Lalonggasumeeto Kab. Konawe, sedangkan Adjusted R Square (koefisien determinasi) adalah sebesar 0.620 atau 62%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) dapat menjelaskan kepuasan pelanggan di depot air minum Iwoiro Kec. Lalonggasumeeto Kab. Konawe (Y), dengan kontribusi sebesar 62% sedangkan 38% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap produk-produk yang dikelukarkan oleh pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe adalah galon mereka yang selalu dalam keadaan baik dan keadaan bersih. Hal ini mampu memberi keyakinan kepada para pelanggan mereka bahwa air minum yang mereka minum dalam keadaan bersih dan tidak terkontaminasi zat-zat berbahaya.

Berdasarkan hasil penelitian menemukan hipotesis penelitian pertama yaitu kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe., ditemukan hasilnya yaitu pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Hasil penelitian berdasarkan observasi pengamat juga dikuatkan oleh gambaran karakteristik responden dari pendidikan terakhir dimana mayoritas pendidikan berjumlah 42 orang (56 %) dan Diploma 3 dan Strata 1 yang berjumlah 30 orang (40 %) menggambarkan pemahaman pendidikan karena jenjang pendidikan yang dilalui memberikan pemahaman mendalam mereka mengenai kualitas produk termasuk produk Air minum yang dikomsumsi sehari-hari. Tingkat pendidikan yang semakin tinggi tentu berdampak pada pemahaman yang baik mengenai air mium yang sehat yang harus dikomsumsi oleh setiap orang sehari-hari dalam menjaga kesehatan tubuh bagi diri sendiri maupun anggota keluarga.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Hidayat (2021), Abdulloh (2022) dan Sugito (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik akan mampu meningkatkan rasa puas pelanggan usaha tersebut. Dengan semakin baiknya kualitas produk yang dihasilkan tentu akan berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian relevan telah dilakukan oleh Dahliani dan Ahwal (2021) menyimpulkan bahwa kualitas produk yang dimiliki di Giselin

Food Sukses Makmur Jember mampu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan mereka. Artinya semakin baik persepsi pelanggan terhadap kualitas produk maka akan berimplikasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tersebut.

Pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Berdasarkan hasil penelitian menemukan hipotesis penelitian kedua yaitu pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe, ditemukan hasilnya yaitu pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Temuan ini dikuatkan oleh gambaran karakteristik responden penelitian dari aspek pekerjaan dimana hanya masyarakat yang berprofesi selain PNS, Pegawai Swasta dan Wiraswasta itu mayoritas dan berjumlah 33 orang (44 %). Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh mayoritas responden ini sedikit banyak sangat rentang dengan harga, sehingga semakin mahal harga produk yang diyakininya, maka tentu akan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan atas produk dari Depot Air Minum Iwoiro

Temuan ini diperkuat dengan temuan dari penelitian secara deskriptif dari penyebaran kuisioner kepada para responden penelitian yang menunjukkan persepsi responden terhadap variabel harga dari produk Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe berada kriteria baik. Namun demikian dari persepsi responden terhadap pertanyaan keterjangkauan harga produk Depot Air Minum Iwoiro memperlihatkan ada 22 responden (29.3%) tidak meyakini bahwa harga produk ini cenderung terjangkau oleh mereka. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian pengelola Depot Air Minum Iwoiro untuk memperhatikan soal harga produk mereka.

Temuan penelitian ini menguatkan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Handayani dan Hidayat (2021) dan Sugito (2023) yang menyatakan bahwa harga akan mampu meningkatkan rasa puas pelanggan usaha tersebut. Semakin diyakini bahwa harga sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka hal itu akan berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Hal yang senada juga telah dibuktikan dalam penelitian Setiawan dan Irawati (2023) yang menyatakan bahwa harga suatu produk akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan.

Temuan penelitian ini berbeda dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Dahliani dan Ahwal (2021) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Giselin Food Sukses Makmur Jember. Hasil analisa kami bahwa harga bisa saja tidak berpengaruh terhadap kepuasan karena beberapa hal seperti adanya pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan, kepuasan emosional yang tidak optimal serta preferensi pribadi terhadap produk dan jasa yang tidak hanya berorientasi

pada harga produk semata yang ditawarkan di Giselin Food Sukses Makmur Jember yang pada akhirnya membentuk harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Giselin Food Sukses Makmur Jember.

Pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Berdasarkan hasil penelitian menemukan hipotesis penelitian ketiga yaitu pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap Keputusan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe., ditemukan hasilnya yaitu pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya semakin baik kualitas produksi dan persepsi pelanggan terhadap harga produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Hasil temuan ini diperkuat oleh konsep yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa salah satu indikator dari kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa adalah dalam bentuk kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk dan jasa yang telah dirasakan atau dikomsumsinya kepada keluarga terdekat atau teman mereka. Menurut Ihalauw (2005), perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya. Sehingga perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas dan harga yang murah agar mampu bersaing.

Beberapa variabel yang diduga sangat mempengaruhi dalam pembentukan kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas produk dan variabel harga. Kualitas produk yang bermutu tentunya juga mempengaruhi konsumen, begitu juga dengan harga dan begitupun faktor harga yang murah tentunya dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk.

Hal itu juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2006) yang menyatakan bahwa beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam membentuk kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk atau jasa (dimana pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas) dan harga produk (yaitu kualitas produk yang sama namun harga yang ditawarkan atau ditetapkan cenderung sama atau bahkan lebih murah dari kompetitor akan memberikan nilai tambah dimata para pelanggan).

Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019), Pratiwi dan Lubis (2021), Setiawan dan Irawati (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan suatu usaha. Artinya perusahaan yang berhasil dan sukses dalam mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan mereka karena berhasil menjaga kualitas produk dan jasa yang dihasilkan serta mampu meminimumkan harga sehingga diyakini mampu terjangkau oleh pelanggan atau konsumen mereka ataupun membuat keyakinan bagi para pelanggan mereka bahwa harga yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas produk dan jasa yang akan mereka konsumsi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka kesimpulan yang dapat di berikan adalah: (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe, (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe. Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe, (3) Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe. Hal ini berarti bahwa semakin kualitas produksi dan persepsi pelanggan terhadap harga produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe.

Saran

Adapun saran-saran yang diajukan oleh penulis dari penelitian yang telah dilakukan ini, antara lain sebagai berikut: (1) Diharapkan agar manajemen Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe mampu terus meningkatkan pelayanan yang selama ini dirasa sangat baik oleh pelanggan serta menjaga kualitas produk galon air minum untuk tetap terjaga, bersih dan higienis, (2) Diharapkan agar manajemen Depot Air Minum Iwoiro Kecamatan Lalonggasumeeto Kabupaten Konawe juga mampu mencari kepuasan pelanggan mereka baik dengan bertanya langsung maupun meminta saran dan masukan dari pelanggan mereka, (3) Diharapkan agar pada penelitian selanjutnya bisa memasukkan variabel lain yang dianggap mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti strategi pemasaran, promosi dan variabel lainnya sehingga bisa memperkaya khazanah penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, Muhamad. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Barokah Water dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Ponorogo : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Agustina, Eva, 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya PematangSiantar. Maker : Jurnal Manajemen Vol 5 No 1 Juni 2019.
- Amir, M. Taufiq, 2005, Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan, Jakarta : PT. Raja Grafindo. Persada
- Assauri Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan 1. Bandung : Satu Nusa

- Dahlia, Y., & Ahwal, R. (2022). KAJIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GIESELIN FOOD SUKSER MAKMUR DI JEMBER. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181-190. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i1.618>
- Effiyaldi. 2016. Percayakah Manusia pada Air Minum Isi Ulang. *Benefita* 1 Desember 2016.
- Handayani, Langgeng Sri dan Hidayat, Rahmat. 2022. Kualitas Produk, Harga dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* No 2 Vol 5 Juli 2022:135
- Heryanto, Imam. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan". *Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship*. 2015: 80-101.
- Hidayati, Aprihatiningrum, Ali Maddinsyah, and Denok Sunarsi. 2021. *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Praktik*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ihalauw I.O.J. 2005. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi*
- Kotler, Philip and Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Oktari, Ayu. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Depot Air Minum Isi Ulang Jaya Palembang. Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum
- Pratiwi, G. ., & Lubis, T. 2019. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD ADLI DI DESA SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 121–134. <https://doi.org/10.60036/jbm.v1i2.11>
- Rangkuti, F. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, D., & Irawati, Z. 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 657-663. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.517>
- Sugito, Azril Gumelar. 2023. Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Usaha Air Minum AA Tirta terhadap Kepuasan Konsumen di Kecamatan Grogol. Surakarta : Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic. Publishing Service (APS).
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.