

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERAS SEHAT S. ORGANIK DI KABUPATEN SLEMAN

Suroto

POLITEKNIK SERUYAN

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN AGRIBISNIS PERKEBUNAN

surotodos09@gmail.com

ABSTRACT

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Beras Sehat S. Organik produksi CV. Khanon Garden & Collection di Kabupaten Sleman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei dengan observasi, kuesioner dan wawancara. Variabel yang diukur adalah variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Beras Sehat S. Organik. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji t. Interpretasi hasil analisis menggunakan tingkat kepercayaan 95%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan beras sehat s.organik didominasi oleh usia produktif dan pada tingkat pendidikan sarjana. Untuk hasil presentase skor kuesioner kualitas produk didapatkan persentase rata-rata jawaban butir 85,71%, harga 80,66% dan kepuasan adalah 86%, ini menunjukkan bahwa pelanggan beras sehat s.organik puas dengan kualitas dan harga produk. Hasil uji regresi linier berganda diketahui signifikansi kualitas produk 0,903, nilai ini lebih besar dari nilai α (0,05) sehingga variabel tersebut dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil nilai α (0,5) sehingga dinyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kemudian hasil trimming harga terhadap kepuasan juga didapatkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari α sehingga dinyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Untuk uji t berdasarkan hasil regresi berganda kualitas produk disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan harga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Beras Sehat S. Organik.

Kata kunci : Kualitas produk, kemasan, harga, kepuasan, loyalitas.

ABSTRACT

The purpose of this research were to analyze the influence of product quality and price on customer satisfaction Beras Sehat S. Organik production CV. Khanon Garden & Collection in Sleman Regency. The method used in this study is a quantitative method with a survey approach with observation, questionnaires and interviews. The measured variable is product quality and price variable with satisfaction of Beras Sehat S. Organik. Method of data analysis using descriptive analysis, multiple linear regression analysis and t test. Interpretation of analysis results using 95% confidence level.

The results showed that healthy organic rice customers were dominated by productive age and at the undergraduate level of education. For the results of the percentage score of the product quality questionnaire, the average percentage of item answers is 85.71%, the price is 80.66% and the satisfaction is 86%, this shows that healthy organic rice customers are satisfied with the quality and price of the product. The results of the multiple linear regression test are known to have a product quality significance of 0.903, this value is greater than the value of α (0.05) so that the variable is declared to have no significant effect on customer satisfaction, while the value of the significance value is 0.000 which is smaller than the value of α (0.5) so that stated that the price has a significant effect on customer satisfaction. then the results of price trimming on satisfaction also obtained a significant value of 0.000 which is smaller than α (0,05) so that it is stated that price has a significant

effect on satisfaction. For the t-test based on the results of multiple regression product quality, it is concluded that H_0 is accepted and H_a is rejected, meaning that there is no significant effect of product quality on customer satisfaction. while the price is concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that the price has a significant effect on customer satisfaction with Healthy S. Organic Rice.

Keyword: Product quality, price, satisfaction.

Pendahuluan

Masyarakat modern yang mulai memahami pentingnya pola hidup sehat sangat bersemangat dalam mengimplementasikan pola tersebut dalam kehidupan sehari-hari diantaranya dengan merutinkan berolah raga, istirahat cukup, hindari stress dan tak kalah penting konsumsi produk sehat. Purwasasmita (2014) menyatakan bahwa, konsumsi makanan organik seakan tengah menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir ini. Masyarakat mulai beralih membeli produk-produk organik tentu sebagai bentuk kepedulian mereka terhadap kesehatan pribadi dan anggota keluarganya. Tak hanya untuk buah dan sayuran, beras yang dihasilkan dari padi secara organik pun kini banyak dicari konsumen. Alasannya, karena beras organik tidak hanya memiliki kualitas rasa yang enak, melainkan juga menyehatkan badan. Kesadaran masyarakat akan kesehatan dan keamanan pangan ini menyebabkan pergeseran preferensi masyarakat dalam mengkonsumsi beras dari anorganik ke beras organik (Utami, 2011).

Brand beras organik yang turut diminati oleh pangsa pasar masyarakat Kabupaten Sleman adalah brand Beras Sehat S Organik yang diproduksi oleh CV. Khanon Garden & Collection (CV. KG&C) dengan proses produksi beras dilakukan CV. KG&C dengan menjalin kemitraan dengan petani organik binaan di wilayah Sragen dan Klaten dengan kesepakatan hasil panen akan dibeli keseluruhannya. Proses pascapanen dari penjemuran padi hingga penggilingan dilakukan di lokasi produksi masing-masing daerah sedangkan proses pengemasan beras organik dilakukan di gudang CV. KG&C yang berlokasi di Dusun Karangnongko, Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Sekilas data omzet penjualan Beras Sehat S. Organik di Kabupaten Sleman per semesternya periode 2013-2016 dapat kita lihat pada Tabel 1. berikut ini :

Tabel.1 Jumlah Omzet Penjualan Beras Sehat S. Organik di Kabupaten Sleman Periode 2013-2016 Per Semester.

No	Tahun	Semester	Omzet (kg)
1.	2013	1	15.775
		2	14.480
2.	2014	1	15.885
		2	24.600
3.	2015	1	27.270
		2	25.885
4.	2016	1	30.315

Sumber : CV. CG&C 2016

Tabel.1 menunjukkan bahwa penjualan total Beras Sehat S. Organik di Kabupaten Sleman meskipun setiap tahun mengalami kenaikan omzet namun terlihat tidak konsisten kenaikannya, hal ini diprediksi berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen beras tersebut. Seperti yang disampaikan Kotler (1997), terdapat hubungan erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi.

Beras Sehat S. Organik merupakan produk beras organik yang cukup dikenal konsumen beras di Kabupaten Sleman. Brand Beras Sehat S. Organik hanya menjual dua varietas, yaitu menthik wangi dan C4 karena dua varietas inilah yang paling diminati oleh konsumen. Dari segi kualitas produk, Beras Sehat S. Organik ini dihasilkan dari sistem pertanian organik parsial, yang mana penggunaan input organik dan kimia nonorganiknya dilakukan dengan selektif dan rasional sehingga kandungan kimiawi dalam produk yang dihasilkan lebih rendah bila dibandingkan dengan beras nonorganik dan kualitas beras yang dihasilkan hampir sama dengan beras organik absolut. Nasi yang dihasilkan beras ini juga memiliki aroma yang wangi, pulen dan tidak cepat basi. Beberapa konsumen juga menggunakan produk ini sebagai bahan campuran beras nonorganik dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas nasi yang dihasilkan beras nonorganik tersebut. Kualitas kemasan pun cukup baik, dengan bahan plastik yang cukup tebal dan tidak licin dengan bentuk wadah yang persegi empat dengan kepadatan yang pas membuat nyaman dan aman saat dibawa berjalan ataupun berkendara. Harga yang ditawarkan untuk Beras Sehat S. Organik bila dibandingkan dengan beras nonorganik bisa dibilang tidak terlalu mahal namun demikian pasti tetap akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen yang tidak mengetahui kelebihan dari Beras Sehat S. Organik itu sendiri. Di kios beras milik Bu Nina sebagai salah satu pengecer Beras Sehat S. Organik didapatkan bahwa untuk jenis menthik wangi S. Organik dijual seharga Rp.12.400,00 sedang menthik wangi non organik dijual dengan harga Rp.10.

400,00 dan untuk C4 S. Organik dijual Rp. 11.400,00 sedangkan C4 non organik dijual Rp. 8.400,00. Meskipun harga Beras Sehat S. Organik memiliki selisih cukup tinggi dibanding beras nonorganik produk ini tetap banyak diminati konsumen yang konsisten menerapkan pola hidup sehat dengan melazimkan mengkonsumsi beras organik untuk menjaga kesehatan.

KAJIAN PUSTAKA

Kotler dan Armstrong (2001) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Mowen dan Minor (2002), kualitas produk (*product quality*) adalah evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Menurut Assauri (2001) dalam Sembiring (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk antara lain : (a). Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk itu dimanfaatkan, (2) Wujud luar, yaitu faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya, (3) Biaya produk bersangkutan, yaitu biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2001). Sedangkan menurut Stanton (1998) dalam Dewi (2016), menyebutkan bahwa dimensi-dimensi dari harga adalah sebagai berikut : (1) Keterjangkauan harga, adalah harga dari suatu produk yang tertulis pada produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, adalah penilaian pelanggan akan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dikonsumsi, (3) Persaingan harga, adalah penilaian pelanggan akan harga produk yang dikonsumsi dengan harga produk lain yang sejenis.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja/ hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 1997). Engel, *et al.* (1995) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan konsumen berkaitan erat dengan kualitas. Banyak perusahaan yang mengadopsi program manajemen mutu total (*total quality management*), yang dirancang untuk perbaikan berkelanjutan produk, jasa dan proses pemasaran mereka. Mutu mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja produk dan dengan demikian terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari apa yang telah mereka janjikan (Kotler and Armstrong, 2001).

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011).

Metode Pengambilan Sampel

Teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling kuota. Sampling Kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2013). Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2013) menyatakan bahwa penelitian yang melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel (independen + dependen), dari setiap variabel diambil 20 sampel sehingga jumlah sampelnya $20 \times 3 = 60$ responden. Pengambilan sampelnya dengan teknik insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Beras Sehat S.Organik di Kabupaten Sleman yang telah membeli untuk dikonsumsi sendiri dan melakukan pembelian kembali.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan observasi dengan mengambil pendapat Sugiyono (2011). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menyusun kuesioner dari variabel-variabel penelitian kemudian mendatangi atau bertemu langsung dengan responden dan melakukan pengisian kuesioner

yang diajukan. Skala pengukuran yang digunakan dalam pengukuran menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011).

Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

Setelah data ditabulasikan, maka pengujian validitas instrument penelitian dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka butir dalam instrumen itu valid dan bila diketahui harga korelasi dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen itu tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang (Sugiyono, 2011).

Hasil uji validitas pada 30 sampel percobaan menunjukkan keseluruhan nilai r hitung instrument-instrumen pada variable kualitas produk, variable harga dan variable kepuasan penelitian memiliki nilai lebih besar dari r tabel ($> 0,3$), ini artinya instrument tersebut memiliki kevalidan yang tinggi untuk dijadikan instrument penelitian.

Sedangkan untuk uji reliabilitasnya menurut Susan Stainback (1988) dalam Sugiyono (2011) mengatakan “reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan”. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan *internal consistency*, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. (Sugiyono, 2011). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dianalisis dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Sekaran (2000) dalam Lubis (2008) mengatakan “*reliabilities less than 0,6 are considered to be poor, those in the 0,7 range acceptable and those over 0,80 good*”. Pengolahan data dengan bantuan program SPSS hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variable kualitas produk adalah 0,722 nilai variable harga adalah 0,814 dan nilai variable kepuasan adalah 0,728. Hal ini menunjukkan bahwa variable-variabel tersebut bersifat reliable, artinya responden konsisten dalam memberikan jawaban kuesioner.

METODE ANALISIS

Analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui nilai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Beras Sehat S. Organik dengan menjelaskan hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y) dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda dibawah ini :

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1$$

Keterangan :

Y_1 = Kepuasan Konsumen (skor)

X_1 = Kualitas Produk (skor)

X_2 = Harga (skor)

ϵ_1 = Faktor residual

β_0 = Konstanta. Merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0.

Analisis uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2011). Langkah-langkah menguji hipotesa dengan distribusi t sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

H_0 : $b_i = 0$, artinya variabel kualitas produk, kemasan dan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

H_a : $b_i \neq 0$, artinya variabel kualitas produk, kemasan dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Taraf nyata/ derajat keyakinan yang digunakan sebesar $\alpha = 5\%$. Untuk kriteria pengujian analisis regresi linier berganda terhadap kepuasan adalah sebagai berikut :

- Apabila t hitung $> t$ tabel ($\text{Sig} < \alpha 0,05$) maka, variabel kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- Apabila t hitung $\leq t$ tabel ($\text{Sig} > \alpha 0,05$) maka, variabel kualitas produk dan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Persentase Skor Kuesioner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan tingkat usia paruh baya (36-50) dan tua (51-65) memiliki jumlah terbanyak yaitu 24 dan 22 orang responden, sedang untuk usia remaja lanjut dan usia lanjut adalah 1 dan 7 responden serta usia tua (>65) yaitu 6 responden, hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh usia produktif yang memperlihatkan bahwa kepedulian akan kesehatan sangat tinggi. Kemudian jika dilihat dari data yang didapat kita diketahui tingkat pendidikan SMA dan Sarjana sejumlah 20 dan 33 orang sedangkan SD dan SMP 3 dan 2 orang responden serta tidak bersekolah 2 orang. Dengan demikian tingkat pendidikan juga sangat berpengaruh terhadap pemilihan konsumsi Beras Sehat S. Organik.

Untuk hasil presentase skor kuesioner variable kualitas produk didapatkan persentase rata-rata jawaban butir pernyataan menunjukkan angka yang cukup tinggi, yaitu 85,71%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum variabel kualitas produk mendapatkan apresiasi yang sangat baik dari pelanggan. Dari butir kuesioner pertama mendapatkan persentase tertinggi, yaitu 91% yang butir pernyataannya terkait dengan kondisi beras yang bersih, sehingga menjadi referensi pelanggan untuk mengetahui lebih lanjut fitur dan keunggulan lain yang dimiliki oleh produk tersebut. Kemudian disusul butir nomor 3 dan 4 dengan nilai 90,33% dan 90%, kedua butir ini menerangkan terkait rasa beras yang enak dan juga pulen. Kemudian presentase sebesar 85,7% dan 85% berturut-turut pada butir nomor 7 dan 2, butir ini membahas tingkat kepercayaan responden terhadap merek dan aroma wangi produk. kemudian aroma nasinya lebih wangi menurut responden. Kemudian presentase sebesar 82% pada butir nomor 6 tentang nasi yang tidak cepat basi, responden membuktikan apabila beras dimasak dengan takaran air yang tepat sehingga nasinya tidak terlalu lembek maka nasi tersebut bisa tahan dua hari. Dan persentase terendah ditunjukkan pada butir nomor 5, yaitu sebesar 74,33% yang butir pernyataannya terkait dengan ketahanan Beras Sehat S. Organik bila disimpan lama. Pada variabel harga kita ketahui persentase skor rata-rata jawaban nilainya 80,66% dan masih termasuk kategori sangat murah. Artinya bahwa pelanggan juga memperhatikan harga sebagai salah pertimbangan utama dalam menentukan pilihan membeli Beras Sehat S. Organik. Untuk variabel harga kita dapatkan persentase skor jawaban yang tertinggi adalah butir pernyataan nomor 3, yaitu 83,33%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mengecewakan pelanggan bila dibandingkan dengan harga yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk tersebut, lalu disusul butir nomor 1 dengan nilai 80,33%. Pelanggan menyatakan bahwa harga Beras Sehat S. Organik masih terjangkau daya beli mereka sehingga tidak membebani uang belanja. Kemudian nilai persentase terendahnya adalah butir pernyataan nomor 2, yaitu 78,33% yang pernyataannya terkait harga beras Sehat S. Organik bila dibandingkan produk sejenis. Persentase tersebut tergolong masih baik, hanya saja beberapa pelanggan menyatakan untuk sekelas beras semi organik harga yang ditetapkan produsen cukup mahal meskipun beberapa yang lain mengatakan sudah menjadi umum dipasaran, artinya tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Sedangkan untuk variabel kepuasan kita ketahui rata-rata persentase skor jawaban adalah 86%, ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan perasaan sangat puas memilih dan mengkonsumsi produk Beras Sehat S. Organik. Persentase terbesar adalah skor jawaban nomor 2, yaitu 89,67% yang pertanyaan tersebut terkait emosional pelanggan dapat mengkonsumsi Beras Sehat S. Organik. Artinya bahwa, pelanggan merasa sangat senang dan terpuaskan mengkonsumsi produk. Selanjutnya nilai 85,67% pada butir nomor 1 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas karena dapat mengkonsumsi beras organik dengan merek Beras Sehat S. Organik. Kemudian nilai persentase terendah didapati pada butir pertanyaan nomor 3, yaitu 82,67% dengan pertanyaan terkait nilai yang harus dibayarkan untuk Beras Sehat S. Organik. Nilai persentase tersebut termasuk kategori sangat baik, artinya nilai yang dibayarkan pelanggan sebanding dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Pelanggan mendapati beras yang diinginkannya mampu memberikan perasaan puas karena fitur nasi Beras Sehat S. Organik sangat mendekati beras organik absolut, diantaranya nasinya pulen, wangi, dan lebih enak dari nasi nonorganik.

Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Parsial Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan.

Hasil uji regresi linier berganda diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,903, nilai ini lebih besar dari nilai α (0,05) yang merupakan taraf nyata yang telah ditetapkan sehingga variabel tersebut dapat dikatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel harga nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil nilai α sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan adanya variabel kualitas produk yang tidak signifikan maka perlu dilakukan *trimming*, yaitu metode untuk memperbaiki struktur analisis jalur dengan membuang variabel yang tidak signifikan dan melakukan uji ulang hanya variabel yang signifikan, yaitu variabel harga terhadap variabel kepuasan. Hasil *trimming* didapatkan nilai signifikansi variabel harga adalah 0,000 lebih kecil dari α maka dinyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi variabel harga lah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan beras sehat s. organik di Kabupaten Sleman, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,759X_2 + \epsilon$$

Dimana : Y = Kepuasan

X_1 = Harga

ε = Residual

Uji t Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Kemasan dan Harga Terhadap Variabel Kepuasan

Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan pada variabel kualitas produk dan harga terhadap variabel kepuasan dapat kita simpulkan hasilnya sebagai berikut :

- Diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk adalah 0,903 nilai tersebut lebih besar dari α (0,05) sehingga disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk dan kemasan terhadap variabel kepuasan.
- Diketahui bahwa nilai signifikansi variabel harga adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari α (0,05) sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan. Kemudian dengan melihat hasil uji regresi linier berganda di ketahui besarnya nilai adjust R^2 adalah 0,759 atau 75,9 %. Artinya bahwa, variasi variabel kualitas produk dan variabel harga mampu menjelaskan variasi variabel kepuasan sebesar 75,9 %, sedangkan sisanya sebesar 34,1 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Dan setelah dilakukan trimming hasil uji t pengaruh variabel harga terhadap kepuasan nilai koefisien betanya 0,759 dengan signifikansinya adalah 0,000, nilai signifikansi menunjukkan bahwa variabel harga secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan. Nilai adjust R^2 nya adalah 0,759 atau 75,9 %. Artinya bahwa, variasi variabel harga mampu menjelaskan variasi variabel kepuasan sebesar 75,9 %, sedangkan sisanya sebesar 34,1 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Pelanggan beras sehat s.organik didominasi oleh usia baya (36-50) sebanyak 24 pelanggan, sedangkan dari tingkat pendidikan terbanyak adalah Sarjana dengan jumlah 30 pelanggan. Hal ini mengindikasikan kesadaran konsumsi pangan sehat yang tinggi pada usia produktif dan juga kaum berpendidikan tinggi.

Untuk hasil presentase skor kuesioner variable kualitas produk didapatkan persentase rata-rata jawaban butir pernyataan menunjukkan angka yang cukup tinggi, yaitu 85,71%, pada variabel harga 80,66% dan variabel kepuasan adalah 86%, ini menunjukkan bahwa pelanggan beras sehat s.organik puas dengan kualitas dan harga produk.

Hasil uji regresi linier berganda diketahui sinifikansi variabel kualitas produk 0,903, nilai ini lebih besar dari nilai α (0,05) sehingga variabel tersebut dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel harga nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil nilai α (0,5) sehingga dinyatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil trimming variabel harga terhadap variabel kepuasan didapatkan nilai signifikanis 0,000 lebih kecil dari α maka dinyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan.

Untuk uji t didapatkan nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,903 nilai tersebut lebih besar dari α (0,05) sehingga disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan. sedangkan nilai signifikansi variabel harga adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari α (0,05) sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan.

SARAN

Kualtas produk harus di evaluasi lebih lanjut agar kekurangannya dapat diperbaiki dan juga sisi lain yang penting untuk diperhatikan seperti kemasan dan pelayanan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- CV. KG&C, 2016. Dusun Karangnongko, Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman
- Dewi, 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Sayuran Organik (Study Kasus Di Giant Ekspres Condong Catur Yogyakarta)*. Tesis. Program Studi Magister Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Yogyakarta
- Engel, et al, 1995. *Perilaku. Konsumen*. Jakarta. Bina Rupa Aksara
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo. Jakarta. Terjemahan.
- Kotler dan Armstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta .
- Kuncoro, 2011. *Metode Kuantitatif*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Lubis, 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Minyak Goreng Merek Palmeco PT. Astra Agro Lestari TBK Di Meda*. Tesis. Sekolah Pascasarjana. Universitas Sumatera Utara. Medan.

- Mowen dan Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga . Jakarta.
- Purwasasmita, 2014. *Padi SRI Organik Indonesia*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sembirirng, 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's MT. Haryono Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.15, No.1. Oktober 2014. Fakultas Ilmu Administrasi. Uniersitas Brawijaya. Diakses 13 Januari 2017.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2013. *Statitiska Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Utami, D. P. 2011. Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengkonsumsi Beras Organik Di Kabupaten Sragen Dyah Panuntun Utami. Media Agro, 7(1), 41–58.