

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK RISOLES

Regena Dwi Pahdhevi¹⁾, Rizal Ula Ananta Fauzi²⁾

¹Universitas PGRI Madiun
rege3175@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
rizalula@unipma.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to prove empirically regarding the influence of product quality, price and service quality on Risoles product consumer satisfaction at Ririn Snack Catering Kartoharjo Magetan. This research is a quantitative study with a total sample of 385 person. The sampling method is using an unknown sample. Retrieval of data using a questionnaire with dissemination via Google form. The data analysis technique uses a test tool in the form of SmartPLS 4.0 software.

The results of this study are product quality has a significant effect on consumer satisfaction with Risoles products at Ririn Snack Kartoharjo Catering Magetan, price has a significant effect on consumer satisfaction with the product Risoles at Ririn Snack Kartoharjo Magetan Catering, and quality of service significant effect on consumer satisfaction on Risoles products in Catering Ririn Snack Kartoharjo Magetan.

Keywords: *Quality Product, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk Risoles di Ririn Snack Catering Kartoharjo Magetan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 385 orang. Metode pengambilan sampelnya menggunakan sampel yang tidak diketahui. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui Google form. Teknik analisis data menggunakan alat tes berupa software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Risoles di Catering Ririn Snack Kartoharjo Magetan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Risoles di Catering Ririn Snack Kartoharjo Magetan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Risoles di Catering Ririn Snack Kartoharjo Magetan.

Kata Kunci: *Quality Product, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Industri makanan merupakan usaha yang prospektif di Indonesia, karena makanan merupakan suatu kebutuhan mendasar bagi manusia. Semakin berkembangnya industri makanan menimbulkan minat pengusaha untuk menggarap bisnis makanan. Bukan hanya restoran dan kafe yang banyak bermunculan. Namun, bisnis rumahan seperti bisnis catering pun saat ini banyak bermunculan dan bersaing di pasaran. Karena tingginya tingkat kebutuhan pasar, usaha ini menjadi bisnis yang cukup menjanjikan. Persaingan dunia bisnis saat ini semakin bertambah ketat dalam membuat bidang kuliner. Perkembangan dunia kuliner atau dunia yang berhubungan dengan makanan saat ini semakin berkembang pesat dan menjadi ladang bisnis yang menarik untuk diminati calon pengusaha atau perusahaan baru. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan utama (primer). Ketatnya persaingan di dunia kuliner mendorong banyak pengusaha restoran dan pengusaha catering untuk melakukan manajemen pemasaran yang baik dan berlomba-lomba menawarkan sesuatu yang unik dan berbeda dari para pesaingnya. Mulai dari jenis makanan yang ditawarkan, variasi menu, harga, tempat yang menarik dan suasana yang nyaman, serta layanan yang memuaskan bagi para konsumen. Semakin banyaknya bisnis makanan yang berkembang, khususnya bisnis catering, tidak semuanya mampu sampai bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kurangnya modal usaha, kurangnya strategi pemasaran, dan berpindahnya konsumen untuk mencari alternatif produsen lain dikarenakan kurangnya pelayanan yang diberikan.

Dalam pemasaran hal yang sulit ialah mempertahankan konsumen untuk menjadi pelanggan. Usaha catering merupakan salah satu usaha jasa boga yang berhubungan dengan menjual hidangan saji berupa makanan baik dalam porsi kecil maupun porsi besar. Usaha catering sangat membantu masyarakat yang kesulitan dalam menyajikan hidangan porsi kecil seperti snack box, nasi kotak dan parcel untuk acara seperti tahlilan khinatan, acara di lingkungan pemerintahan, hantaran lamaran dan lain-lain sedangkan porsi besar seperti pesta pernikahan, ulang tahun dan lain-lain yang digelar secara prasmanan.

Ririn Snack merupakan bisnis catering yang berdiri sejak 2006 yang memproduksi makanan yang berada di kecamatan Kartoharjo kab. Magetan. Kepuasan Konsumen merupakan hal yang harus diutamakan perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan selalu memperhatikan dari segi kualitas produk dan harga yang ditawarkan agar dapat berkualitas. Menurut (Widodo, 2021) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau

jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah ukuran seberapa puas seorang konsumen terhadap pelayanan atau produk yang mereka terima, ini merupakan tingkatan yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan seperti barang dan jasa. Menurut (Sari, 2019) kualitas produk merupakan faktor dasar yang mempengaruhi konsumen dalam memilih berbagai jenis produk dan jasa yang berkembang pesat pada saat ini.

Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas dari suatu produk mempunyai nilai dari kemampuan produk itu sendiri untuk menciptakan kepuasan konsumen. Produk ditawarkan atau diproduksi dalam pasaran agar supaya bisa menarik perhatian dari konsumen, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli maupun mengkonsumsi produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Keloay et al., 2019).

Kualitas atau mutu produk dalam sebuah bisnis dimaksudkan sebagai kemampuan suatu produk untuk meragakan fungsinya. Ini menyangkut ketahanan umum produk, realibilitas, presisi (ketepatan), kemudahan pengoperasian dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya dan harga yang terjangkau. Hasil penelitian yang mendukung adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan oleh (Tombeng et al., 2019) dengan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung Rumah Makan Raja Oci Manado. Penelitian lainnya menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kabalu (Mariansyah & Syarif, 2020).

Menurut (Widodo, 2021) Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Pilihan Harga juga sangat penting dalam menentukan seberapa besar penawaran tersebut diukur oleh konsumen dan harga juga menentukan komentar positif dalam istilah kualitas. Dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Risoles sendiri sudah dikenal banyak oleh masyarakat khususnya di wilayah Kecamatan Kartoharjo.

Dengan harga yang relatif terjangkau dan kualitas produk yang baik membuat risoles banyak diminati para konsumen meskipun banyak pesaing dari produk risoles lainnya. Hasil penelitian yang mendukung adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen antara lain penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo & Soekotjo, 2018) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan

variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada UD. Ashilla Catering. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan (Setyo, 2017) menunjukkan hasil bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil “ Best Autowork “. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil penelitian yang berbeda tentang pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, hal ini menimbulkan adanya *gap research*.

Menurut (Asti & Ayuningtyas, 2020) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Cara untuk mempertahankan konsumen adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

Apabila konsumen dilayani dengan baik, maka hal tersebut dapat memicu kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian pada produk yang ada di bisnis tersebut. Produk risoles cukup dikenal luas oleh masyarakat Kecamatan Kartoharjo. Meningkatnya pembelian produk pada catering ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dibangun oleh Ririn Snack ini bisa dibilang memuaskan. Hasil Penelitian yang mendukung adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah penelitian yang dilakukan (Linardi, 2019) dengan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis Online Shop RI_WATCH. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Saraswati, 2021) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil penelitian yang berbeda tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hal ini menimbulkan adanya *gap research*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan serta adanya *gap research* yang mendukung peneliti untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam lagi mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, sehingga penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK RISOLLES “ (Studi kasus pada Catering Ririn Snack Magetan Kecamatan Kartoharjo Magetan).

B. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah digunakan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar penelitian tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel penelitian hanya menggunakan variabel bebas yaitu : Kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan dan variabel terikat yang digunakan adalah variabel Kepuasan Konsumen.
2. Objek penelitian yang digunakan adalah semua pembeli produk risoles di Kecamatan Kartoharjo Magetan

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Risoles
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Risoles
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen produk Risoles

D. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Risoles
2. Guna mengetahui adanya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Risoles
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Risoles

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini di harapkan memberikan kegunaan secara praktis dan kegunaan secara teoritis serta kegunaan bagi peneliti, kegunaan dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Teoritis

a. Akademisi

Dinantikan agar bisa dimanfaatkan oleh para akademisi untuk menambah wawasan mengenai faktor yang berpengaruh terhadap minat masyarakat pada pembelian produk Risoles dan mengenai manajemen pemasaran. Serta bisa dipakai untuk evaluasi dan bahan pertimbangan guna melakukan analisis berikutnya.

b. Peneliti

Sebagai bahan guna meningkatkan pengalaman dan wawasan dalam ilmu manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan minat masyarakat dalam memesan produk Risoles serta sebagai alat implementasi suatu ilmu yang didapat selama pembelajaran di kuliah.

2. Praktis

a. Ririn Snack

Dinantikan bisa dimanfaatkan sebagai laporan dan referensi untuk meningkatkan kualitas-kualitas produk yang dapat meningkatkan minat beli masyarakat dalam memesan catering Ririn Snack.

b. Masyarakat

Diharapkan dalam penelitian ini dapat menjadi pijakan masyarakat agar lebih tertarik untuk memesan catering Ririn Snack serta untuk menambah wawasan masyarakat umum mengenai bisnis catering.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler & Armstrong 2012). Menurut (Ekonomi & Manajemen, 2018) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

2. Harga

Harga merupakan dasar yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk. Konsumen akan sangat memperhatikan dan mempertimbangkan harga apabila akan membeli suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu

produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk jasa (Husna et al., 2021).

Menurut (Oktavianus, 2022) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Menurut (Umami et al., 2019) harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga adalah juga merupakan salah satu elemen yang paling dapat dikatakan fleksible dari bauran pemasaran.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2012) kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut (Husna et al., 2021) mengungkapkan bahwa pelayanan adalah jasa atau layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu. kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Aswad et al., 2018). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Cholik et al., 2022). Menurut (Surti & Anggraeni, 2020) suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Dalam memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan sangat dituntut untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut (Bitner & Zeithaml, 2013:75) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan.

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Sedangkan menurut (kristina, 2022) kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang

dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian pelanggan tersebut.

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

H1 : Diduga Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan konsumen Pada produk Risoles.

H2: Diduga Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen pada produk Risoles.

H3: Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen pada produk Risoles.

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan pada konsumen yang telah membeli produk Risoles yang berada di Kecamatan Kartoharjo Magetan.

Berdasarkan dari permasalahan yang ada dalam penelitian, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Metode *survey* digunakan karena peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan analisa statistik berupa angka-angka dalam menguji hubungan antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap Kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang ada yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan bantuan digital, yaitu menggunakan *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung melalui kuesioner pada pembeli Risoles di Kecamatan Kartoharjo. Catering ini didirikan pada tahun 2006. Catering merupakan salah satu usaha jasa boga yang berhubungan dengan menjual hidangan saji berupa makanan baik dalam porsi kecil maupun porsi besar. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen produk Risoles di Kecamatan Kartoharjo dengan sampel

sebanyak 385 responden.

Data kuisioner yang telah tersedia kemudian diolah dengan bantuan *software SmartPLS (Partial Least Square)* versi 4.0, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten yang ada pada penelitian

a. Evaluasi Outer Model

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk memeriksa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid atau tidaknya. Terdapat beberapa tahapan untuk pengujian antara lain *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)* dan *discriminant validity*

1) Convergent Validity

Convergent Validity dapat dievaluasi dengan menggunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*.

Indikator bagi masing-masing variabel penelitian dikatakan memiliki kategori baik dan dapat lolos uji validitas konvergen jika nilai *outer loading* $< 0,7$. Nilai *outer loading* indikator untuk masing-masing variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Convergent Validity

Variabel	Item	Outer Loading	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,871	Valid
	X1.2	0,895	Valid
	X1.3	0,901	Valid
	X1.4	0,810	Valid
	X1.5	0,847	Valid
	X1.6	0,850	Valid
	X1.7	0,910	Valid
	X1.8	0,916	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,930	Valid
	X2.2	0,928	Valid
	X2.3	0,915	Valid
	X2.4	0,924	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,884	Valid
	X3.2	0,887	Valid
	X3.3	0,892	Valid
	X3.4	0,853	Valid

	X3.5	0,904	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,932	Valid
	Y2	0,928	Valid
	Y3	0,931	Valid

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.6 tersebut menunjukkan bahwa nilai $> 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat menggambarkan struktur secara akurat.

2) *Average Variance Extracted (AVE)*

Setiap kuesioner atau pernyataan harus memiliki nilai lebih besar dari 0,5 agar AVE efektif. Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel penelitian ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kualitas Produk (X1)	0,854
Harga (X2)	0,865
Kualitas Pelayanan (X3)	0,782
Kepuasan Konsumen (Y)	0,767

Sumber : data diolah

Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel lebih dari 0,5 seperti terlihat pada tabel 4.7. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini masuk dalam kategori skor AVE yaitu $> 0,5$.

3) Discriminant Validity

Jika korelasi variabel dengan variabel itu sendiri lebih besar dari nilai korelasi semua variabel lainnya, maka dapat dikatakan bahwa uji validitas diskriminan telah berhasil. Nilai Discriminant Validity untuk masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 3 *Discriminant Validity*

	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Kualitas Pelayanan (X3)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Produk (X1)	0,652	0,745	0,616	0,876
Harga (X2)	0,924			
Kualitas Pelayanan (X3)	0,564	0,700	0,884	
Kepuasan Konsumen (Y)	0,686	0,930		

Sumber : data diolah

Tabel 4.8 tersebut menunjukkan bahwa korelasi variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kualitas produk (X1) lebih besar dibandingkan korelasi variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel lainnya yaitu sejumlah 0,876. Korelasi variabel harga (X2) terhadap variabel harga (X2) lebih besar dibandingkan korelasi variabel harga (X2) terhadap variabel lainnya yaitu sejumlah 0,924. Korelasi variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel kualitas pelayanan (X3) lebih besar dibandingkan korelasi variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel lainnya yaitu sejumlah 0,884. Korelasi variabel kepuasan konsumen (Y) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) lebih besar dibandingkan korelasi variabel kepuasan konsumen (Y) terhadap variabel lainnya yaitu sejumlah 0,930. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi dalam kategori uji validitas diskriminan.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas

	<i>Cronbrach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
Kualitas Produk (X1)	0,956	0,963
Harga (X2)	0,943	0,959
Kualitas Pelayanan (X3)	0,930	0,947
Kepuasan Konsumen (Y)	0,922	0,951

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbrach's alpha* pada variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,959 dan 0,943, variabel harga (X2) memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbrach's alpha* sebesar 0,959 dan 0,943, variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbrach's alpha* sebesar 0,947 dan 0,930 dan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbrach's alpha* sebesar 0,951 dan 0,922. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *compositereliability* dan *cronbrach's alpha* $> 0,7$ artinya setiap variabel bisa dikatakan reliabel.

2. Evaluasi Inner Model

Model *Inner Model* (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) yang berdasarkan pada teori substantif dapat menggambarkan hubungan yang terjadi antarvariabel laten. Uji *R-Square*, *Q-Square* untuk elevasi prediktif, uji *t* dan signifikansi koefisien parameter jalur struktural semuanya digunakan dalam model struktural untuk variabel dependen.

a. Uji Kebaikan Model

1. Uji *R-square*

Berdasarkan analisis data yang menggunakan program software SmartPLS versi 4, maka diperoleh nilai *R-square* sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Uji *R-square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	0,685	0,675

Sumber : data diolah

Nilai *R-Square* pada tabel 4.10 berpengaruh secara simultan antara kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,685 dengan nilai *R-Square adjusted* sebesar 0,675, maka semua konstruk variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) termasuk kategori lemah.

2. Uji *Q-Square*

Evaluasi pada SmartPLS juga mempertimbangkan nilai *Q-Square* prediktif relevansi. Nilai *Q-Square* sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Uji *Q-Square*

	SSO	SSE	$Q^2 (=1 - SSE/SSO)$
Kualitas Produk (X1)	856,000	856,000	
Harga (X2)	420,000	420,000	
Kualitas Pelayanan (X3)	535,000	535,000	
Kepuasan Konsumen (Y)	321,000	140,128	0,563

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.11 nilai *Q-Square* variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,563. Variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 (nol), maka model tersebut sudah memiliki prediktif yang relevan.

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel laten dalam penelitian. Hasil analisis data yang diolah dapat dimanfaatkan guna menjawab hipotesis penelitian yang ada. Jika hipotesis penelitian mempunyai nilai *P-value* <0,05 atau lebih rendah, itu dianggap valid. Berikut ini merupakan hasil analisis data untuk pengujian hipotesis dengan menilai model internal :

Tabel 4. 6 Uji Hipotesis

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik ($ O/STDEV $)	Nilai P (P Values)
X1->Y	0,379	0,369	0,152	2,487	0,013
X2->Y	0,258	0,253	0,106	2,428	0,016

X3->Y	0,322	0,333	0,136	2,365	0,018
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : Data Diolah

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel 4.12 diatas disimpulkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) karena memiliki nilai t statistik sebesar 2,487 dimana lebih besar jumlahnya dari t tabel yang memiliki nilai 1,96 dan nilai p values sebesar 0,013 yaitu lebih kecil dari 0,05, maka bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis dapat diterima.
2. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) karena memiliki nilai t statistik sebesar 2,428 dimana lebih besar jumlahnya dari t tabel yang memiliki nilai 1,96 dan nilai p values sebesar 0,016 yaitu lebih kecil dari 0,05, maka bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima.
3. Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) karena memiliki nilai t statistik sebesar 2,365 dimana lebih besar jumlahnya dari t tabel yang memiliki nilai 1,96 dan nilai p values sebesar 0,018 yaitu lebih kecil dari 0,05, maka bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari analisis data mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Risoles di Kecamatan Kartoharjo Magetan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Risoles di Kecamatan Kartoharjo Magetan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Risoles di Kecamatan Kartoharjo Magetan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Risoles.

Saran bagi peneliti selanjutnya meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain, menggunakan teori dan metode analisis lainnya serta dengan

tujuan untuk memperoleh penemuan-penemuan baru yang dapat bermanfaat bagi semua orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Bitner, Z. dan. (2013). Service Marketing. *Sixth Edition*. Mc Graw Hill. America, 75.
- Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *Ikraith-Ekonomika*, 1(5 maret), 481–486.
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Husna, A., Zuriani, Z., & Sumitro, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 340–352. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.24>
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 26. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Kotler, P. & A. (2012). *Konsep Pemasaran*.
- Kristina. (2022). Pengaruhkualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68–78.
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI_Watch. *Agora*, 7(1), 5. @john.petra.ac.id
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal*

Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14.

Oktavianus, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang, 11(2), 388–396.*

Prasetyo, D., & Soekotjo, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen UD . Ashilla Catering Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 7(8), 1–15.*