

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Skincare *The Originote* pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI

Lukki Nofitasari<sup>1\*</sup>, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

Corresponding Author: [lukkynofitasari@gmail.com](mailto:lukkynofitasari@gmail.com)<sup>1\*</sup>

### Article History

Received : 04-06-2024

Revised : 29-06-2024

Accepted : 07-07-2024

**Keywords:** *Consumer Satisfaction; Price; Product Quality*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen skincare the originote, 2) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen skincare the originote. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester VI dan VIII prodi pendidikan ekonomi yang menggunakan skincare the originote yang berjumlah 98 mahasiswa dengan metode sampling jenuh. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket). Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan: 1) secara parsial nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar (3,716 > 1,985) dan nilai sig. < 0,05 yaitu (0,000 < 0,05) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen skincare the originote. 2) secara parsial nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar (5,562 > 1,985) dan nilai sig. < 0,05 yaitu (0,000 < 0,05) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen skincare the originote. 3) secara simultan F hitung > F tabel yaitu 215,173 > 3,091 dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05. Nilai Adjust R<sup>2</sup> sebesar 81.5% artinya bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya 18.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

### ABSTRACT

*This study aims to find out: 1) the effect of product quality on consumer satisfaction of the originote skincare, 2) the effect of price on the satisfaction of the originote skincare consumer. This research is quantitative. The population in this study is students of semesters VI and VIII of the economics education study program who use the originote skincare which totals 98 students with a saturated sampling method. The data collection technique uses a questionnaire method. The results of the analysis in this study showed: 1) partially the value of t-calculus. > ,t-table. namely (3,716 > 1,985) and the value of SIG. < 0.05 i.e. (0.000 < 0.05) indicates that there is a significant influence of product quality on consumer satisfaction of The originote skincare. 2) partially the value of ,t-calculate. > ,t-table. which is (5.562 > 1.985) and the value*

of sig. < 0.05 i.e. (0.000 < 0.05) indicates that there is a significant influence of price on consumer satisfaction of the originote skincare. 3) simultaneously , $F$ -cal.>,  $F$ -table. which is 215,173 > 3.091 and a significance value of 0.000 < 0.05. An Adjust  $R^2$  score of 81.5% means that customer satisfaction is influenced by product quality and price. While the remaining 18.5% was influenced by other variables that were not studied in this study.

## PENDAHULUAN

Pada saat ini pertumbuhan usaha di Indonesia semakin berkembang, diberbagai banyaknya perusahaan yang melakukan ekspansi ke Indonesia, salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan seperti produk Skincare. Setiap produsen Skincare berlomba-lomba menghasilkan produk yang menarik serta memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh produsen Skincare adalah bahwa produk yang dibuat belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen (Amanah, 2017). Ide ini membawa kemudahan dalam pemasaran dan dapat dipercaya oleh pembeli setelah menilai produk dari segi kualitas dan manfaat. Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang merasa puas terhadap suatu merek tidak akan cepat meninggalkan produk tersebut. Pembeli yang tetap setia pada suatu merek menunjukkan bahwa mereka akan terus membeli produk tersebut, meskipun produk tersebut lebih baik atau lebih terjangkau, dan tidak mudah tergiur dengan produk lain.

Banyak cara yang bisa dilakukan produsen Skincare untuk meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya dengan kualitas produk yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan dan kemajuan usaha. Pada umumnya konsumen cenderung memilih produsen yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif terjangkau. Harga menjadi pertimbangan penting ketika konsumen membeli produk Skincare pada suatu perusahaan. Artinya konsumen bersedia membeli produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau (Amanah, 2017).

Menurut Nasution (2011) dalam (Ariyanto, 2022) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Sehingga kualitas produk sangat diperlukan oleh perusahaan agar dapat menentukan kepuasan konsumen. Harga juga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sering kali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan tidak bisa di kesampingkan oleh perusahaan. Menurut Kolter dan Amstrong (2012) dalam (Ariyanto, 2022) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk dan jasa. Banyak perusahaan melakukan pendekatan penetapan harga berdasarkan tujuan yang ingin mereka capai. Tujuan tersebut antara lain meningkatkan penjualan, mempertahankan pangsa pasar, menjaga stabilitas harga, dan mencapai keuntungan maksimum.

Salah satu produsen Skincare yaitu *The originote* yang merupakan brand kecantikan berlabel halal asal Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 2022. Produk *the originote*

merupakan produk kecantikan premium asal Indonesia dan biasanya digunakan oleh wanita dewasa, remaja bahkan pria yang ingin menggunakan perawatan kulit aman yang telah disetujui BPOM. *The originote* merupakan salah satu dari sekian banyaknya pesaing di industri kecantikan yang menyediakan produk dengan harga terjangkau. Produk Skincare *the originote* tidak hanya ringan di wajah, namun juga ringan dikantong dan nyaman digunakan berbagai kalangan. Produk *the originote* ini bisa digunakan pria maupun wanita.

Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Widyastuti, 2017) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe”. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kepuasan yang dialami oleh pelanggan terpengaruh dengan kenaikan atau penurunan harga dan kualitas produk tempe yang dijual oleh pedagang. Adapun persamaan dari penelitian tersebut peneliti sama-sama meneliti kualitas produk dan harga. Sedangkan yang menjadi pembeda yaitu tempat yang diteliti

Berdasarkan latar belakang tersebut, mengingat pentingnya kualitas produk yang bagus serta harga yang terjangkau itu bisa mempengaruhi kepuasan konsumen pada sebuah produk kecantikan khususnya *skincare the originote*. Kebaruan penelitian ini dilihat dari penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan subjek mahasiswa semester enam dan delapan Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI yang sudah menggunakan produk *the originote*. Maka peneliti ingin mengarahkan penelitian lebih jauh dengan melihat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen *skincare the originote* pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh peran kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen *skincare the originote* pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif survei, dimana metode penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Sugiyono (2022:14) mengemukakan bahwa, penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel mahasiswa semester enam dan delapan Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. Waktu penelitian dimulai bulan maret 2024. Sampel yang digunakan berjumlah 98 sampel mahasiswa. Data yang akan dikumpulkn berupa data primer yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner yang disebar. Adapun penelitian tersebut menggunakan metode membagikan kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket tersebut disebar kepada mahasiswa semester 6 dan 8 progam studi pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen skincare *the originote* pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI secara parsial maupun simultan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 98 orang yang merupakan mahasiswa semester enam dan delapan Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI yang sudah menggunakan produk skincare *the originote*.

**Tabel 1.** Hasil Uji t (Persial)

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,575	3,849		,929	,355		
	Kualitas Produk	,350	,094	,352	3,716	,000	,355	2,816
	Harga	,559	,100	,526	5,562	,000	,355	2,816

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: data olahan peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji t (H1) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bisa dilihat pada tabel 4.15 hasil uji t diperoleh dari nilai sig variabel kualitas produk  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,716 > t$  tabel  $1,985$  maka pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan responden memiliki pengetahuan tentang kualitas produk dan manfaat dari skincare *the originote* yang digunakan acuan untuk kepuasan konsumen. Kualitas produk mempunyai peranan penting dalam pembelian suatu produk, dengan harapan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian dari (Santoso, 2019) kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia.

Berdasarkan hasil uji t (H2) menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dilihat dari tabel 4.15 hasil uji t diperoleh nilai sig variabel harga  $0,000 < 0,005$  dan nilai t hitung  $5,562 > t$  tabel  $1,985$  maka harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan responden mengetahui tentang harga dari skincare *the originote* yang digunakan acuan untuk kepuasan konsumen. Konsumen berharap suatu produk yang diterima sesuai dengan harga yang dikeluarkan Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian dari

dari (Sudiyono et al., 2018) “Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Dalam arti luas, harga adalah jumlah seluruh nilai yang diberikan kepada pelanggan untuk menerima manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan”.

**Tabel 2.** Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9148,154	2	4574,077	215,173	,000 <sup>b</sup>
Residual	2019,479	95	21,258		
Total	11167,633	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), LNহার, LNKUL

Sumber: data olahan peneliti (2024)

Hasil perhitungan uji F diatas menunjukkan nilai F hitung 215,173 > F tabel 3,091 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 karena tingkat signifikannya lebih rendah dari pada tingkat keyakinan ( $\alpha=0,05$ ), maka dapat dikatakan. Bahwa nilai F hitung tersebut signifikan secara statistik, variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mendukung penelitian Nugroho (2015) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan.

**Tabel 3.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,905 <sup>a</sup>	,819	,815	4,61060

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: data olahan peneliti (2024)

Hasil koefisien Determinasi pada kolom R sebesar 0,905 dan nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,815 atau sebesar 81.5% hal ini menunjukkan bahwa 81.5% perubahan pada variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perubahan variabel kualitas produk dan variabel harga. Sedangkan sisanya sebesar 18.5% ( $100\% - 81.5\% = 18.5\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas produk dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## Diskusi

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Nilai koefisien regresi kualitas produk yaitu 0,350 yang bernilai positif. Hasil ini menjelaskan apabila kualitas produk mengalami peningkatan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna *skincare the originote*. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian ini menguatkan pendapat (Aldi An Nurfalih, 2020) yang meneliti tentang pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten) secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Nilai koefisien regresi harga yaitu 0,559 yang bernilai positif. Hasil ini menjelaskan apabila harganya tetap dan tidak dinaikan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna *skincare the originote*. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian ini menguatkan pendapat (Ariyanto, 2022) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang. Secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan nilai signifikan  $0,000 < 0,005$  dan nilai t hitung  $3,716 > t$  tabel 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikan variabel harga  $0,000 < 0,005$  dan nilai t hitung  $5,562 > t$  tabel 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Dapat disimpulkan baik secara simultan maupun secara parsial variabel kualitas produk dan variabel harga terdapat pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Variabel X1 (kualitas produk) dan variabel X2 (Harga) memiliki pengaruh kontribusi Koefisien Determinasi sebesar 81.5%.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan syukur kepada tuhan atas rahmat dan karunianya sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih kepada ibu Maria Agatha Sri W H, M.Pd., M.M yang selama ini membimbing saya dalam menyusun penelitian ini serta orangtua saya yang senantiasa mendoakan dan mendukung saya selama ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aldi An Nurfalalah, S. Z. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI MUSTAFA85 PANDEGLANG BANTEN (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten)*. 13(02), 313–318.
- Amanah, D. (2017). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan*. December. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Ariyanto, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo ( Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang )*. 6(September), 668–678. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.623>
- Juniartin, T., & Madjid, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Mete Mubaraq Lombe Kota Kendari*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 106–117. <https://doi.org/10.55598/jmk.v12i2.14025>
- Margawati, C. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Franchise Burgerstops*. *IQTISHAdequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 103. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.763>
- Napitupulu, F. (2019). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa*. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Santoso, J. B. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Widyastuti, T. (2017). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 233–240. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2130>