

Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Sirih Girik di Pasar Roga

Desi Melyanti Br Tarigan¹, Aprinawati²

^{1,2} Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Nov 28, 2025

Revised Dec 12, 2025

Accepted Jan 02, 2026

Keywords:

Kualitas Produk

Harga

Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden sebagai sampel yang dipilih secara *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t, uji f, serta koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS Statistics 27.0 for windows. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi.

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



Corresponding Author:

Desi Melyanti Br Tarigan

Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi,

Universitas Negeri Medan

Jl. William Iskandar, Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang

Email: desymelyantit@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Tradisi menyirih ialah salah satu praktik budaya sudah mengakar dan menjadi bagian integral dari kehidupan sosial penduduk Indonesia, yang diwariskan secara turun-temurun melalui adat istiadat. Dalam konteks kesehatan, daun sirih dikenal memiliki beragam khasiat yang bermanfaat, antara lain kemampuan untuk melancarkan proses pencernaan, menaikkan sistem kekebalan tubuh, mengatasi bau mulut, serta memiliki kandungan antioksidan (Kompas, 2025). Sebagai contoh, di Sumatera Utara, khususnya pada suku Karo, kebiasaan menyirih sudah menjadi salah satu faktor kebudayaan yang menonjol, bahkan berkembang menjadi rutinitas harian yang dinikmati saat bersantai (Kamisorei & Devy, 2018). Di Berastagi Kabupaten Karo, ditemukan toko yang menjual bahan-bahan menyirih yakni Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi, tempat ini menyediakan berbagai bahan untuk menyirih diantaranya ada sirih, tembakau, gambir serta kapur. Usaha ini ialah salah satu contoh usaha yang beroperasi di tengah persaingan dengan menawarkan produk berkualitas dan harga kompetitif guna menarik konsumen (Zenada et al., 2024). Dalam Toko Sirih Girik penting untuk memperhatikan produk yang disediakan untuk menarik perhatian konsumen serta memberikan harga yang tepat dengan kualitas produk agar konsumen merasa puas saat mengonsumsi produk dari Toko Sirih Girik. Serta menaikkan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama karena kepuasan konsumen sangat penting dalam menaikkan penjualan dan mempertahankan usaha. Usaha Toko Sirih Girik ini yang berlokasi di Pasar Roga Berastagi dan usaha Toko Sirih Girik sudah berdiri sejak tahun 2017 dan didirikan oleh Ibu Angel Br Bangun. Pendapat Asti Asti & Ayuningtyas (2020), Kepuasan konsumen ialah respon dibagikan oleh konsumen terhadap produk di peroleh, apabila produk yang di promosikan memenuhi keinginan dan kebutuhan maka, pelanggan akan merasa senang dengan produknya.

Bulan	Produk Perikat	Produk Perkilo Tembakau(Kg)
1. Juni	206	340
2. Juli	2010	328
3. Agustus	1983	310
4. Septelina	1886	288
5. Oktobere	1712	280
6. November	1610	271
7. Desember	2165	389
8. Januari	2185	400
9. Februari	2109	325
10. Maret	1615	271
11. April	1607	254
12. Mei	1460	220

Data penjualan bulan juni-november mengalami penurunan penjualan. Berikutnya penjualan mengalami kenaikan drastis pada bulan desember-januari. Pada bulan februari-mei mengalami penurunan penjualan kembali. Penjualan menurun dapat diakibatkan oleh beberapa faktor salah satunya konsumen tidak merasa puas dengan apa yang di inginkan. Indahningwati (2020) menerangkan bahwa kepuasan konsumen ialah hasil evaluasi kinerja produk yang diterima, di mana hasilnya sudah tepat ataupun melampaui ekspektasi awal konsumen. Sehingga dapat diartikan bahwa laporan penjualan pada Toko Sirih Girik mengalami kenaikan dan penurunan dan hal ini berkaitan dengan kepuasan konsumen pada Toko Sirih Girik yang sedang mengalami permasalahan. saat pelanggan merasa puas dengan produknya kualitas dan harga kualitas dan harga, mereka akan lebih cenderung untuk kembali membeli produk tersebut dan merekomendasikan kepada orang lain (Oktaviani & Hernawan, 2022). Dalam menaikkan kepuasan konsumen pemilik Toko Sirih Girik wajib memperhatikan kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Mereka wajib memastikan bahwa produk yang ditawarkan ialah yang terbaik dan harga yang ditawarkan ialah yang kompetitif. Karena itu, konsumen akan datang kembali apabila merasa puas dengan produk dan harga dibagikan oleh Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi.

Pendapat hasil Pra Survai yang di lakukan oleh peneliti dengan menyebarkan angket sebanyak 30 responden terkait kepuasan konsumen pada Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi. Hasil pra survei tersebut terlihat bahwa Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi mengalami permasalahan. Pada pernyataan pertama yakni "Produk yang saya beli di Toko Sirih Girik tepat harapan dan ekspektasi konsumen" yang mengaku tidak sebanyak 63,3% responden dan yang mengaku iya sebanyak 36,7% responden pada pertanyaan ini. Berikutnya pernyataan kedua yakni "Saya akan berkunjung kembali ke Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi" yang menjawab tidak sebanyak 76,7% responden dan yang menjawab iya sebanyak 23,3% responden pada pertanyaan ini. Maka dari total keseluruhan pernyataan mengenai kepuasan konsumen pada Toko Sirih Girik diperoleh sebanyak 70% responden yang menjawab tidak dan 30% responden yang menjawab iya. Menerangkan banyak konsumen pada Toko Sirih Girik yang merasa kurang puas dan minat untuk membeli sirih kembali juga kurang dari hasil jawaban responden didapat dan ini menjadi sebuah permasalahan yang perlu tersebut, karena dapat memberi dampak keberlangsungan dan pendapatan Toko Sirih Girik. Jika konsumen merasa kurang puas sehingga bisa menyebabkan penurunan penjualan.

Pendapat hasil pra survai yang dijalankan oleh peneliti dengan menyebarkan angket sebanyak 30 responden pada Toko Sirih Girik di Pasar roga berastagi. Hasil pra survey terlihat kualitas produk pada Toko Sirih Girik mengalami masalah. Pada pertanyaan pertama yakni dengan pernyataan "Produk Toko Sirih Girik memiliki kesegaran yang membuat konsumen berminat untuk membelinya" sebanyak 66,7% responden yang mengaku tidak dan sebanyak 33,3% responden yang menmengaku iya. Menerangkan bahwa ada permasalahan kesegaran pada produk di Toko Sirih Girik, yakni produk yang dijual cenderung kurang segar seperti daun sirihnya dan membuat konsumen kurang puas. Pada pernyataan kedua yakni "Produk Toko Sirih Girik yang konsumen beli Di Pasar Roga Berastagi memiliki rasa yang enak" sebanyak 63,3% responden yang menjawab tidak dan sebanyak 36,7% responden yang menjawab iya pada bagian pertanyaan ini. Sehingga dapat diartikan bahwa konsumen merasa produk yang disediakan oleh Toko Sirih Girik seringkali kurang

enak saat memakan bahan menyirih dan membuat konsumen kurang puas dengan rasa dibagikan seperti kondisi daun sirih seringkal sangat hijau dan tidak kekuningan hal ini dapat memberikan rasa kurang enak saat memakannya dan tembakau pun cendrung tidak tepat dengan konsumen inginkan seperti tembakau gayo (hitam) yang mana kurang hitam, hal ini dapat memberikan rasa yang kurang puas saat dimakan.

Selain kualitas produk, harga juga ialah faktor yang memberi dampak kepuasan konsumen (Indrasari, 2019). Harga yang kompetitif dan tepat dengan nilai produk dapat menaikkan kepuasan konsumen dan membuat mereka merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh Toko Sirih Girik. Dalam persaingan harga di Pasar roga sangatlah ketat, dengan beberapa Toko sirih yang menawarkan produk dengan harga kompetitif. Salah satu pesaing utama Toko Sirih Girik ialah Toko Sirih Teger, yang juga beroperasi di Pasar roga dan menawarkan produk sirih yang serupa. Oleh sebab itu, Toko Sirih Girik wajib dapat menetapkan harga yang kompetitif dan menawarkan nilai tambah bagi konsumen untuk tetap unggul dalam persaingan. Toko Sirih Girik wajib mempertimbangkan faktor-faktor yang memberi dampak harga, seperti biaya produksi, harga pesaing, dan nilai produk untuk menetapkan harga kompetitif dan tepat dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan oleh Toko Sirih Girik relatif lebih mahal dibandingkan dengan Toko Sirih Teger yang menawarkan harga lebih murah dan terjangkau. Menerangkan bahwa kepuasan konsumen di Toko Sirih Girik mengalami permasalahan karena harga yang ditawarkan terlalu mahal, sehingga konsumen lebih memilih alternatif lain yang lebih terjangkau. Pendapat Noviyanti (2018), Bawa kualitas produk dan harga ialah faktor yang bersama-sama memberi dampak kepuasan konsumen.

Pendapat hasil pra survai yang di lakukan oleh peneliti dengan menyebarkan angket sebanyak 30 responden pada Toko Sirih Girik di Pasar roga berastagi. terlihat harga produk pada Toko Sirih Girik mengalami masalah dalam harga dibagikan. Pada pernyataan pertama yakni "Produk Toko Sirih Girik memiliki harga yang terjangkau" sebanyak 66,7% responden yang mengaku tidak dan sebanyak 33,3% responden yang mengaku iya pada pernyataan ini. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk yang dijual oleh Toko Sirih Girik tidak tepat dengan harga dibagikan. berikutnya pada pernyataan kedua yakni "Harga produk Toko Sirih Girik tepat dengan kualitas yang diterima" sebanyak 73,3% responden yang mengaku tidak dan sebanyak 26,7% responden yang mengaku iya pada bagian pertanyaan ini. Hasil survai ini menerangkan bahwa harga produk dibagikan oleh Toko Sirih Girik lebih mahal dibandingkan dengan kompetitor ataupun penjual bahan-bahan menyirih seperti Toko Sirih Teger ataupun toko lainnya, yang ada di Pasar Roga Berastagi.

Untuk memperkuat landasan penelitian ini, dilaksanakan analisis terhadap berbagai penelitian terdahulu sesuai dengan topik yang diangkat. Analisis ini bertujuan agar mengidentifikasi kesenjangan (gap) yang masik belum banyak dibahas ataupun diteliti oleh peneliti sebelumnya. ditemukan penelitian terdahulu diantaranya Penelitian yang dilaksanakan oleh (Magdalena & Musthafa, 2023) yang meneliti mengenai pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pakaian Bekas Impor Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi, menerangkan kualitas produk berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Walaupun penelitian yang dilaksanakan oleh yang meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125, Menerangkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk memperkuat landasan penelitian ini, dilaksanakan analisis terhadap berbagai penelitian terdahulu sesuai dengan topik yang diangkat. Analisis ini bertujuan agar mengidentifikasi kesenjangan (gap) yang masik belum banyak dibahas ataupun diteliti oleh peneliti sebelumnya. ditemukan penelitian terdahulu diantaranya Penelitian yang dilaksanakan oleh (Magdalena & Musthafa, 2023) yang meneliti mengenai pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pakaian Bekas Impor Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi, menerangkan kualitas produk berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Walaupun penelitian yang dilaksanakan oleh (Tristiana & Mashariono, 2016) yang meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125, Menerangkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah aktivitas untuk memproses data memakai angka-angka dan menghasilkan data yang akurat (Sugiyono, 2021). Penelitian ini dilaksanakan Pada Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi yang berada di Pajak Sayur Mayur Roga Berastagi, Rumah Berastagi, Kec. Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara 22152. Adapun waktu penelitian diselenggarakan di bulan Mei 2025. populasi penelitian ini ialah konsumen yang berbelanja di Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi, sampel yang dipakai selama penelitian ini yakni sejumlah 100 responden dengan teknik *Purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t, uji f, serta koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS Statistics 27.0 for windows.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Usaha Pada Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi

Toko Sirih Girik ialah sebuah usaha yang bergerak di bidang menyediakan bahan-bahan untuk menyirih, yang didirikan oleh Ibu Angel Br Bangun. Yakni Ibu Angel juga memiliki kebiasaan menyirih ataupun suka menyirih. Dengan bekal serta pengetahuan mengenai menyirih serta bahan-bahan menyirih, Ibu Angel memutuskan untuk membuka usaha Toko Sirih Girik serta dapat memenuhi kebutuhan penduduk sekitar yang memiliki kebiasaan menyirih. Sebelum mendirikan Toko Sirih Girik ini Ibu Angel mengalami berbagai tantangan dalam kehidupan, terutama dalam aspek finansial serta persaingan sesama usaha yang menjual bahan-bahan menyirih. Namun dengan tekad dan semangat yang tinggi Ibu Angel membuka Toko Sirih Girik.

Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Produk

No.	Nomor Kuesinoer	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1.	1	0.952	0,361	Valid
2.	2	0.956	0,361	Valid
3.	3	0.953	0,361	Valid
4.	4	0.965	0,361	Valid
5.	5	0.963	0,361	Valid
6.	6	0.944	0,361	Valid

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Pendapat hasil olah data sudah dilaksanakan oleh peneliti diperoleh 6 butir pernyataan pada variabel Kualitas Produk yang menerangkan bahwa nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat diartikan bahwa semua pernyataan pada variabel Kualitas Produk ialah valid.

Tabel 2. Uji Validitas Harga

No.	Nomor Kuesinoer	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
1.	1	0.903	0,361	Valid
2.	2	0.934	0,361	Valid
3.	3	0.932	0,361	Valid
4.	4	0.963	0,361	Valid
5.	5	0.925	0,361	Valid
6.	6	0.941	0,361	Valid
7.	7	0.939	0,361	Valid
8.	8	0.956	0,361	Valid

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Didasarkan pada hasil yang ditampilkan di tabel tersebut, sehingga dapat diartikan bahwa semua pernyataan dalam angket yang berkaitan dengan variabel harga sudah memenuhi persyaratan dan layak untuk dipakai pada penelitian. Nilai rhitung yang $> r_{tabel}$ memaparkan hal ini, tepat dengan metode analisis statistik yang dipakai.

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No.	Nomor Kuesinoer	rhitung	rtabel	Validitas
1.	1	0.876	0,361	Valid
2.	2	0.966	0,361	Valid
3.	3	0.895	0,361	Valid
4.	4	0.901	0,361	Valid
5.	5	0.931	0,361	Valid
6.	6	0.917	0,361	Valid

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Pendapat tabel sudah disajikan, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh nilai rhitung pada beberapa pernyataan dalam angket variabel Kepuasan Konsumen menerangkan hasil yang valid.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	0.978	6
Harga	0.979	8
Kepuasan Konsumen	0.960	6

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

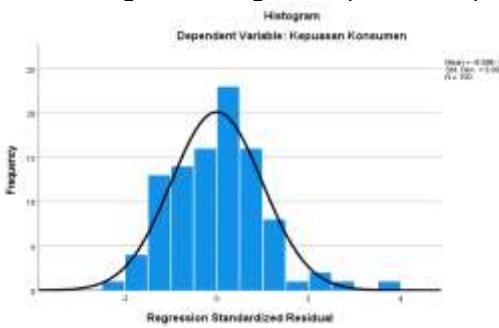
Pendapat tabel tersebut, semua variabel pada penelitian bersifat reliabel, dengan nilai reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,978, Harga 0.087 dan Kepuasan Konsumen 0.960 didapat melalui perhitungan Cronbach's Alpha dan memberikan nilai > 0,60.

Teknik Analisis Data

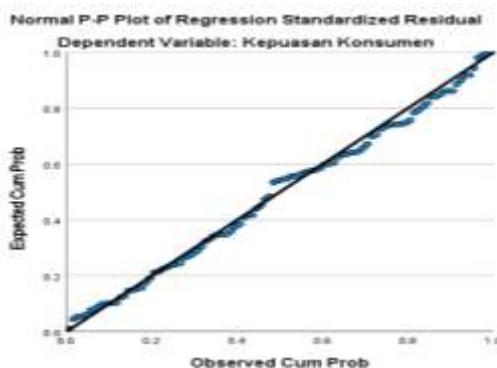
Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Hasil uji normalitas ditunjukkan dalam grafik histogram seperti ditampilkan dibawah:

**Gambar 1 Histogram**

Histogram menerangkan distribusi normal, seperti yang ditunjukkan pada gambar tersebut. Histogram berbentuk lonceng ataupun bentung dan hampir semua batang variabel berada di dalamnya, tidak bergerak ke kanan ataupun ke kiri. Selain itu, normalitas data dapat diuji dengan memakai plot kurva-P regresi standar. Ada kemungkinan bahwa data berdistribusi normal jika titik-titiknya menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.



Gambar 2 Normal Probability Plot

Hasil tersebut dihasilkan dari olah data yang dilaksanakan oleh peneliti. Gambar tersebut memaparkan data normal karena titik-titik lingkaran kecil ataupun plot menyebar mengikuti garis diagonal dan tidak terlalu jauh dari garis diagonal. Oleh sebab itu, data dianggap terdistribusi secara normal. Untuk penelitian ini, uji kolmogorov smirnov dipakai dengan tingkat signifikansi 5% ataupun 0,05; nilai signifikansi lebih dari 0,05 dianggap normal.

Hasil uji kolmogorov smirnov bisa terlihat di tabel berikut:

Tabel 5. Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual		
N		100		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000		
	Std. Deviation	2.34526620		
Most Extreme Differences	Absolute	.055		
	Positive	.051		
	Negative	-.055		
Test Statistic		.055		
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d		
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.655		
	99% Confidence Interval		Lower Bound	.643
			Upper Bound	.667

^a. Test distribution is Normal.
^b. Calculated from data.
^c. Lilliefors Significance Correction.
^d. This is a lower bound of the true significance.
^e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Pendapat tabel tersebut, nilai signifikan ialah 0.200, yang berarti bahwa nilai signifikan > 0.05 memaparkan data tersebut terdistribusi secara normal. Dalam kasus ini, nilai signifikan $0.200 > 0.05$. Oleh sebab itu, dapat disebutkan bahwa data terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinearitas

Jika nilai toleransi dan faktor variasi inflasi (VIF) tidak kurang dari 0,1 ataupun lebih dari 0,1, serta nilai VIF tidak lebih dari 10, ataupun jika multikolinieritas memiliki hubungan yang sempurna dengan variabel bebas, sehingga bisa dilaksanakan uji multikolinieritas.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.258	1.007		1.250	.214		
Kualitas Produk	.461	.087	.446	5.272	.000	.292	3.429
Harga	.369	.065	.484	5.717	.000	.292	3.429

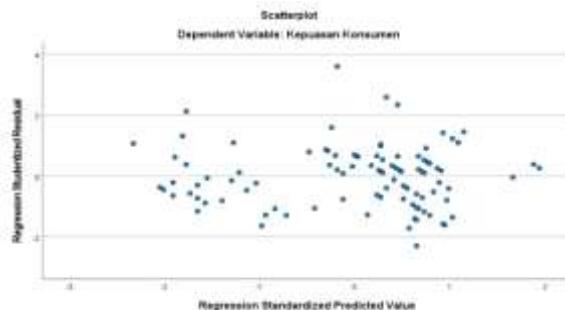
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Pendapat tabel tersebut, peneliti menemukan nilai VIF untuk variabel kualitas produk dan variabel harga sebesar 3.429, yang lebih rendah dari 10. Selain itu, peneliti menemukan nilai toleransi untuk variabel kualitas produk dan variabel harga sebesar 0.292, yang lebih tinggi dari 0,10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dipakai untuk menetapkan apakah varian residual model regresi berbeda di antara tampilan.

**Gambar 3 Scatterplot**

Output dari scatterplot sebelumnya memaparkan titik-titik data tidak membentuk pola yang jelas dan tersebar tersebut dan di bawah angka 0 dan sumbu Y. Akibatnya, sehingga dapat diartikan bahwa model regresi yang dipakai dalam penelitian tidak menimbulkan masalah.

Uji Regresi Linier Berganda

Ada tidaknya pengaruh variabel independen—kualitas produk dan harga—terhadap variabel dependen diukur dengan memakai uji regresi linier berganda.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.258	1.007		1.250	.214	
Kualitas Produk	.461	.087	.446	5.272	.000	
Harga	.369	.065	.484	5.717	.000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Sesudah data diproses memakai program SPSS, peneliti menerima tabel uji regresi linier berganda yang terlampir tersebut. Nilai alfa, ataupun nilai konstanta, ialah 1.258, nilai kualitas produk ialah 0.461, dan variabel harga ialah 0,369. berikutnya, persamaan regresi linier berganda bisa didapat disebutkan:

$$Y = 1.258 + 0.461X_1 + 0.369X_2$$

1. Diperoleh nilai konstanta sebesar 1,258 menerangkan jika variabel-variabel bebas (independen) yakni Kualitas Produk dan Harga diasumsikan konstan maka nilai dari Y (Kepuasan Konsumen) ialah sebesar 1,258
2. Koefisien Kualitas Produk yakni sebesar 0,461 Menerangkan bahwa setiap peningkatan 1% untuk variabel x1 maka akan menghasilkan peningkatan dari Kepuasan Konsumen sebesar

- 0,461(46,1%) dan setiap penurunan dari variabel Kualitas Produk sebesar 1% maka akan dihasilkan penurunan Kepuasan Konsumen sebesar 0,461(46,1%)
3. Pada variabel Harga (X2) diperoleh koefisien sebesar 0,369 menerangkan bahwa apabila setiap terjadi peningkatan pada variabel Harga sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen akan kembali meningkat sebesar 0,369(36,9%) dan apabila terjadi penurunan pada variabel X2 sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen akan menurun sebesar 0,369(36,9)

Uji Hipotesis

1) Uji Persial/Uji T

Tabel 7. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.258	1.007		1.250	.214
	Kualitas Produk	.461	.087	.446	5.272	.000
	Harga	.369	.065	.484	5.717	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Nilai t_{tabel} bisa terlihat di tabel distribusi t memakai tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan $n-k=100-2=98$, dan diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984

Pendapat tabel tersebut, maka diperoleh hasil disebutkan seperti berikut:

1. Variabel kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} = 5,272 > 1,984$ dan dengan taraf signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa secara parsial dan secara signifikan kualitas produk berdampak positif terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Variabel Harga memiliki nilai $t_{hitung} = 5,717 > 1,984$ dan taraf signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi sehingga dapat diartikan secara parsial dan secara signifikan Harga berdampak positif terhadap Kepuasan Konsumen

Pendapat hasil dari variabel kualitas produk dan harga, ditunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, nilai t_{hitung} variabel harga, 5,717, jauh $>$ nilai t_{tabel} kualitas produk, 5,272. Oleh sebab itu, karena nilai t yang lebih besar memaparkan kekuatan pengaruh yang lebih kuat, sehingga dapat diartikan bahwa harga memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen.

2) Uji Simultan/ Uji F

Hasil uji F ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2140.783	2	1070.391	190.675
	Residual	544.527	97	5.614	
	Total	2685.310	99		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Pendapat tabel tersebut, Fhitung ialah 190.675, yang memaparkan Fhitung $>$ Ftabel, yakni $190.675 > 3,09$, dan tingkat signifikannya ialah,000 kurang dari 0,05. Karena itu, sehingga dapat diartikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima karena kedua variabel, yakni kualitas produk dan harga, memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.797	.793	2.369
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk				

Sumber: Olahan data SPSS 27.0, 2025

Pendapat tabel tersebut, koefisien determinasi, ataupun R^2 , diperoleh sebesar 0,797. Ini menerangkan bahwa variabel independen (Kualitas Produk dan Harga) memiliki pengaruh sebesar 79,7% terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen). Faktor luar dapat memberi dampak 20,3% dari total, ataupun 100% hingga 79,7%. Nilai persegi panjang dibagi menjadi tiga kategori, Pendapat Ghazali (2016). Nilai persegi panjang lebih dari 0,67 (67%) dianggap kuat, nilai persegi panjang di bawah 67% dianggap moderat, dan nilai persegi panjang di bawah 33% dianggap lemah. Pendapat penilaian ditabel, nilai R square penelitian ini sebesar 79,7%, yang memaparkan produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi

Pada Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi, Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan nilai t $5,272 > 1,984$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini memaparkan tingkat kepuasan pelanggan di Toko Sirih Girik berkorelasi positif dengan kualitas produk..

Hasil penelitian memaparkan penurunan berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagia. Hasil positif serta signifikan memaparkan aspek kualitas produk seperti kesegaran, rasa, dan penampilan sudah meningkat. Persepsi nilai konsumen akan meningkat secara langsung dengan menaikkan kualitas produk; ini akan menaikkan rasa puas konsumen dan membuat mereka lebih cenderung merekomendasikan toko kepada pelanggan. Tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi juga akan dihasilkan dari produk yang berkualitas tinggi.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi

Untuk variabel harga (X2), nilai thitungnya ialah 5,717, dan nilai ttabelnya ialah 1,984, yang memaparkan thitung > ttabel, dan nilai signifikansinya ialah 0,000 kurang dari 0,05. Konsumen akan merasa puas apabila harga tepat dengan kualitas yang ditawarkan. Selain itu, perlu dicatat bahwa perbandingan harga dan kualitas di Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian harga memaparkan harga ialah salah satu faktor yang menaikkan kepuasan pelanggan. saat harga di toko sirih Girik sebanding dengan kualitasnya, pelanggan cenderung merasa puas dengan apa yang mereka terima misalnya keterjangkauan harga, ketepatan harga, dan daya saing harga. untuk menaikkan kepuasan pelanggan dan berdampak positif pada toko sirih Girik.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sirih Girik Di Pasar Roga Berastagi

Pendapat hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai sebesar 79,7 persen dari total uang, yang memaparkan kualitas produk dan harga memengaruhi kepuasan konsumen sebesar 79,7 persen. Variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian memengaruhi 20,3 persen dari total uang. Nilai Fhitung sebesar 190.675, yang memaparkan Fhitung > Ftabel, yaitu $190.675 > 3,09$ dan memiliki tingkat signifikan 0,05. Karena itu, sehingga dapat diartikan bahwa faktor kualitas produk

dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi, Ho ditolak dan Ha diterima.

Hasil dari Toko Sirih Girik memaparkan, saat produk memiliki kualitas yang baik dan harga yang tepat, konsumen merasakan nilai yang adil dan cenderung puas dengan yang diterima. Kualitas dan harga produk juga dapat menaikkan persepsi nilai dan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, Toko Sirih Girik wajib dapat memperkuat posisinya di pasar dengan mempertahankan harga yang terjangkau sambil tetap mempertahankan nilai dibagikan..

4. KESIMPULAN

Pendapat hasil penelitian dan pembahasan sudah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, kesimpulan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi ialah disebutkan seperti berikut: Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi; Pendapat hasil analisis regresi linier berganda, didapatkan bahwa variabel independen yakni Harga (X2) memiliki pengaruh searah dengan variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen (Y); Secara simultan diperoleh bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel dependen yakni Kepuasan Konsumen pada Toko Sirih Girik di Pasar Roga Berastagi dan Nilai R Square sudah diperoleh menerangkan bahwa variabel Kualitas Produk dan harga mampu memberi dampak variabel Kepuasan Konsumen dengan nilai R Square sebesar 79,7%.

REFERENSI

- Adolph, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Haus Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*.
- Ekky Suti Wibisono. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Kamisorei, R. V, & Devy, S. R. (2018). *Gambaran Kepercayaan Tentang Khasiat Menyirih Pada Masyarakat Papua Di Kelurahan Ardiplura I Distrik Jayapura Selatan Kota Jayapura*.
- Lumempow, K., Worang, F., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1–11.
- Magdalena, M., & Musthafa. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pakaian Bekas Impor di Pasar Lereng Kota Bukittinggi*.
- Mardani, I., R Oktini, D., & A R, M. M. (2023). Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Ekonomis terhadap Kepuasan Konsumen Bus Budiman. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.5871>
- Muhajirin, & Panorama, M. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Idea Press.
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica*.
- Ramadhan, I., Endang P. A., & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Sedaap Cup (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 738–747.
- Rodhithur Rahman Lubis. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 128. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK 2022* (Alfabeta.).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tristiana, A., & Mashariono. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125.
- Zenada, D. M., Adiyono, B. B., & Setiawan, A. (2024). *Analisis Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce*.