

**Vol. 5 No. 2
Agustus 2019**

EBA Journal

Journal of Economic, Bussines and Accounting

Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Food And Beverage

Viora Doreke Alvilika, Siti Nurlaela, Yuli Chomsatu Samrotun

Analisis Kontribusi Dan Efektivitas Pajak Hotel Dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Isnaini Nur R, Kartika Hendra TS, Yuli Chomsatu S

Pengaruh Good Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Muh Ni'am Khoosyi, Suhendro, Yuli Chomsatu Samrotun

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi

Rica Agustina, Endang Masitoh, Riana R Dewi

Pengaruh Inovasi Organisasi Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Pelabuhan

Muhammad Anwar, Sayekti Suindyah Dwiningwarni, Martha Laila Arisandra

Mandatori Rotasi Auditor Dan Kualitas Audit Di Indonesia

Wahyu Pramesti, Sayekti Endah Retno Meilani

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo

M. Novan Fithrianto, Judi Suharsono, R.R. Setyani Hidayati

Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan PT. Astra Agro Lestari Tbk

M. Shobihin, Sayekti Suindyah Dwiningwarni, Supriyadi

Diterbitkan Oleh :

Fakultas Ekonomi Universitas Darul `Ulum Jombang



JOURNAL OF ECONOMICS BUSSINES AND ACCOUNTING

VOLUME 5 NO 2, AGUSTUS 2019

Diterbitkan Oleh
Fakultas Ekonomi Universitas Darul 'Ulum Jombang

Terbit 2 (dua) kali setahun (Februari dan Agustus), ISSN : 2620-7958 (online) dan 2407-8166 (print) berisi tentang hasil penelitian bidang ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi.

EDITORIAL TEAM

Editorial in Chief

Dr. Sayekti Suindyah D, S.E.,M.M, Universitas Darul 'Ulum Jombang

Editorial on Board

Dr. Endang Setyawati, SE., MM, Universitas Kartini, Surabaya
M. Dedy Eko T.S, S.E.Ak.,M.Si Universitas Darul 'Ulum Jombang
Supriyanto, S.E.,M.Si, Universitas Darul 'Ulum Jombang
Dr. Rindyah Hanafi, S.E.,M.M, Universitas Merdeka Madiun
Hartono, SE.,MM, Universitas Islam Mojopahit, Mojokerto

Managing Editor

Muhammad Mansyur Abdulloh, ST

Reviewers

Prof. Dr. Wilopo, M.Si., STIE Perbanas Surabaya
Dr. Drs. Judi Suharsono, Ak.,MM.,C.A.,C.S.A., Universitas Panca Marga Probolinggo
Dr. Fitriadi, S.E., M.Si., Universitas Mulawarman Samarinda
Dr. H. Sugeng Hariyadi, SE.,MM., Universitas Surabaya, Surabaya
Dr. Sri Budi Cantika Yuli, S.E, M.M., Universitas Muhammadiyah Malang
Dr. Dra. Tatik Mulyati ,M.M, Universitas Merdeka Madiun
Dr. Sri Utami Ady, S.E.,MM, Universitas Dr. Soetomo Surabaya
Dr. M. Rifa'i, SE.,MM, Universitas Tribuana Tunggadewi Malang
Dr. Fachrudi Asj'ari, S.Psi., M.M, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Dr. Tina Melinda, SE., MM, Universitas Ciputra, Surabaya

Alamat Redaksi dan Tata Usaha

Fakultas Ekonomi Universitas Darul 'Ulum Jombang
Jl. Gus Dur 29 A Jombang, telp (+62 321-877192) Fax (+62 321-877192)

DAFTAR ISI

Viora Doreke Alvilika, Siti Nurlaela, Yuli Chomsatu Samrotun	Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Food And Beverage	1-10
Isnaini Nur R, Kartika Hendra TS, Yuli Chomsatu S	Analisis Kontribusi Dan Efektivitas Pajak Hotel Dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah	10-19
Muh Ni'am Khoosyi, Suhendro, Yuli Chomsatu Samrotun	Pengaruh Good Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	20-28
Rica Agustina, Endang Masitoh, Riana R Dewi	Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Implementasi Sistem Informasi akuntansi Berbasis teknologi Informasi	29-41
Muhammad Anwar, Sayekti Suindyah Dwiningwarni, Martha Laila Arisandra	Pengaruh Inovasi Organisasi Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Pelabuhan	42-51
Wahyu Pramesti, Sayekti Endah Retno Meilani	Mandatori Rotasi Auditor Dan Kualitas Audit Di Indonesia	54-61
M. Novan Fithrianto, Judi Suharsono, R.R. Setyani Hidayati	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo	65-71
M. Shobihin, Sayekti Suindyah Dwiningwarni, Supriadi	Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pt. Astra Agro Lestari Tbk	75-81

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAHU POO

M. Novan Fithrianto¹, Judi Suharsono^{2*}, R.R. Setyani Hidayati³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo

*Korespondensi e-mail : judisuharsono@gmail.com

Diserahkan: 21 Juli 2019, Direvisi: 22 Agustus 2019, Diterima: 31 Agustus 2019

Abstract

This research aims to: (1) Knowing the influence of product quality, price and distribution channels partially on customer satisfaction to know Poo Bah Kacung Kota Kediri; (2) Knowing the influence of product quality, price and distribution channels simultaneously on customer satisfaction know Poo Bah Kacung Kota Kediri; (3) Knowing the most dominant variables between product quality, price and distribution channels that influence customer satisfaction know Poo Bah Kacung Kota Kediri. The population customers add up to 53 customers at tofu Poo Bah Kacung Kota Kediri, with technique non-probability sampling, namely purposive sampling (sample criteria). The type of research used in this study is quantitative research with a causal relationship (canonical). The results of the study proves that all independent variables X_1, X_2, X_3 partial influence on Y . Hypothesis test results F count proved that product quality, price and distribution channels simultaneously influence customer satisfaction. Dominant test results show the Price variable (X_2) has a t value greater than the Product Quality variable (X_1) and the Distribution Channel variable (X_3).

Keywords: Product Quality, Price, Distribution Channel, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Kota Kediri; (2) Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Kota Kediri; (3) Mengetahui variabel yang paling dominan antara kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Kota Kediri. Populasinya pelanggan berjumlah 53 pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri, dengan teknik non-probability sampling yaitu *purposive sampling* (sampel kriteria). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan hubungan kausal (canonical).

Hasil penelitian membuktikan bahwa seluruh variabel bebas X_1, X_2 , dan X_3 berpengaruh secara parsial terhadap Y . Hasil uji hipotesis simultan membuktikan bahwa Kualitas produk, Harga dan Saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Hasil uji dominan menunjukkan variabel Harga (X_2) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dibanding dengan variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Saluran Distribusi (X_3).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Saluran Distribusi, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas menjadikan persaingan semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Perusahaan harus dapat memasarkan produk atau jasa yang di produksi untuk pelanggan agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan begitu produk dapat bersaing di pasaran dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan saluran distribusi yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Semua jenis hasil yang akan diterima konsumen membutuhkan pemasaran untuk dapat dinikmati, baik jasa, dagang dan hasil produk atau industry. Demikian pula untuk industri makanan yang sangat disukai masyarakat baik untuk cemilan ringan atau biasa dipakai sebagai pelengkap makanan pokok yaitu tahu. Di Kediri terkenal suatu produk tahu khas dengan kekenyalan tertentu dan rasa yang berbeda dan biasa disebut tahu Poo.

Hampir disuatu lingkungan di daerah Kediri terkenal dengan produk tahu yang akhirnya menjadi tanda atau oleh oleh khusus jika berada di kota ini maka tahulah yang dipergunakan sebagai oleh oleh khas dan unik, Salah satu produk tahu Poo adalah milik abah kacang yang cukup terkenal dan bersaing dengan tahu yang lain, untuk itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kepuasan konsumen setelah membeli tahu tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sekaligus menjadi hipotesis penelitian ini adalah: a) Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri? (H_1); b) Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri? (H_2); c) Manakah diantara variabel kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri? (H_3). Tujuan penelitian tersebut adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri; 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri; 3) Untuk mengetahui variabel antara kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri;

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas produk [1] adalah kecocokan penggunaan produk (fitness for use) yang mencakup daya tahan, keandalan, kualitas kinerja, kualitas yang dirasa, kemudahan dalam pengemasan, dan kesan kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Produk dinyatakan semakin berkualitas bisa dilihat dengan kasat mata yaitu dengan banyaknya pengakuan Lembaga sertifikasi atas produk tersebut, semakin banyaknya pelanggan yang membeli serta pembelian kembali atas produk yang bersangkutan.

Sedangkan harga [2] merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Harga juga bisa dikatakan sebagai pemicu pelanggan untuk melakukan pembelian atas produk yang diinginkan. Terkadang jika produk memiliki kualitas yang bagus, maka harga juga ikut terangkat dengan mutu yang dimiliki. Jadi harga bisa mengikuti kondisi produk yang dihasilkan. Bagi pelanggan yang fanatic, harga bukan menjadi halangan untuk memiliki produk yang diinginkan, misalnya untuk barang barang koleksi bisa dikatakan harganya tidak masuk akal, tetapi orang tetap mencari barang tersebut.

Saluran Distribusi [3] merupakan suatu perusahaan yang menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang menyalurkannya ke pedagang menengah atau subdistributor dan meneruskannya ke pengecer (*retailer*), yang menjual produk itu kepada pemakai atau pelanggan. Biasanya semakin jauh dari pusat produksi menuju konsumen kebanyakan saluran distribusi semakin Panjang, jika demikian maka harga barang akan terpengaruh menjadi lebih tinggi. Tetapi sekarang hal itu bukan merupakan masalah dengan adanya penjualan system online yang dapat memangkas saluran distribusi, sehingga harga relative sama antar kota yang dituju, pembedanya hanya pada ongkos angkut.

Kepuasan pelanggan [4] merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Hampir bisa dipastikan jika pelanggan merasa puas atas produk yang dibeli, maka hal ini menjadi kelebihan bagi produsen, karena dengan puasnya pelanggan akan terjadi self promotion gratis atas produk tersebut. Pelanggan tidak akan segan memberikan rekomendasi pada pelanggan lain atas kondisi barang atau jasa yang telah dimilikinya. Komitmen yang besar atas produk yang membuat pelanggan puas merupakan salah satu kaidah penting dalam perusahaan karena akan mengangkat seluruh produk yang dihasilkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan Hubungan Kausal. Penelitian hubungan kausal adalah Hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).[1] Sedangkan metode kuantitatif metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan [5].

Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan saluran distribusi (X_3).

Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Variabel bebas (X) (Variabel Independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu:

Variabel X_1 kualitas produk. Kualitas Produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) yang mencakup daya tahan, keandalan, kualitas kinerja, kualitas yang dirasa, kemudahan dalam pengemasan, dan kesan kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan^[4]. Indikator Kualitas produk meliputi : *Performance* (kinerja), *Durability* (daya tahan), *Features* (Fitur), *Reliability* (reabilitas), dan *Perceived Quality* (kesan kualitas).

Variabel X_2 Harga. Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Indikator Harga meliputi : Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat produksi, dan Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

Variabel X_3 Saluran Distribusi. [3]Saluran Distribusi merupakan suatu perusahaan yang menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang

menyalurkannya ke pedagang menengah atau subdistributor dan meneruskannya ke pengecer (*retailer*), yang menjual produk itu kepada pemakai atau pelanggan. Indikator Saluran Distribusi meliputi: Saluran Distribusi, Cakupan Pasar, Biaya, Kontrol, dan Konflik Saluran.

Variabel Y Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan [5]. Indikator Kepuasan Pelanggan meliputi : Sistem keluhan dan saran, Survei kepuasan pelanggan, *Ghost shopping*, dan Analisa pelanggan yang hilang.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* atau sampling kriteria, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu^[5].

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data merupakan subyek dari mana data penelitian diperoleh, sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Adapun untuk memperoleh data dalam penelitian ini dipergunakan teknik pengumpulan data yaitu: wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena hal ini berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dengan menggunakan statistik, dan dalam pengolahannya menggunakan *Statistical Packages for Social Science (SPSS) 16 for windows*, diantaranya yaitu : Uji Kualitas Data , Uji Asumsi Klasik, Analisis regresi linier berganda, Koefisien Determinasi dan Pengujian hipotesis.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 22 responden atau sekitar 41%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 31 responden atau sekitar 58% dari jumlah responden.

Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian korelasi *product momen pearson*. Tingkat signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua indikator dari variable bebas menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{table} , maka bias dikatakan bahwa variable yang dipergunakan dalam penelitian ini valid

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini tampak pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha 0,60	Keterangan
Kualitas Produk	0,734	0,60	Reliabel
Harga	0,772	0,60	Reliabel
Saluran Distribusi	0,802	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,729	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah tahun 2019

Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil pengujian diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Uji Multikoleniaritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	.383	2.614
Harga	.438	2.282
Saluran Distribusi	.277	3.604

Sumber: Data diolah tahun 2019

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kedua variabel independen diantara 1-10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini bisa dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 7. Hasil Pengujian Durbin-Watson

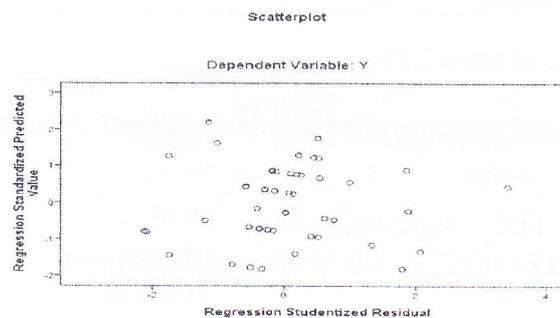
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.966 ^a	.933	.929	.510	1.796

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan uji autokorelasi di atas diperoleh hasil angka D-W (*Durbin-Watson*) 1,796. Nilai D-W terletak diantara -2 dan +2 ($-2 < D-W < 2$) sehingga dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

3) Uji Heteroskedasitas

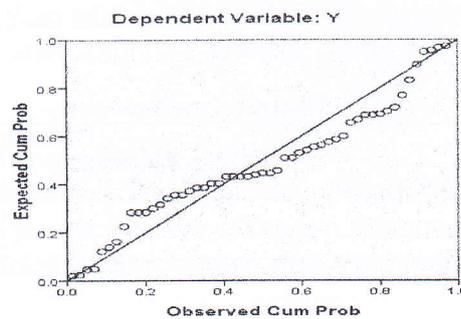


Gambar 1. Scatterplot Regression Standardized Residual

Berdasarkan gambar di atas, dapat terlihat bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Hal ini menunjukkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

4) Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data diolah, 2019

Gambar 2. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Berdasarkan gambar 2 di atas, dapat terlihat bahwa titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Berganda

Hasil perhitungan melalui program SPSS dapat diketahui masing-masing konstanta (α) dan koefisiensi prediktor (b_1, b_2, b_3).

Tabel 8. Hasil Uji Regresi

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.218	.725		4.436	.000	
1	Kualitas Produk	.252	.053	.284	4.729	.000
	Harga	.361	.051	.394	7.026	.000
	Saluran Distribusi	.329	.059	.392	5.566	.000

Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,218 + 0,252X_1 + 0,361X_2 + 0,329 X_3 + e$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Determinasi menunjukkan besarnya pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat yang diperoleh dari nilai R Square berikut ini.

Tabel 9. Data Analisis Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.966 ^a	.933	.929	.510	1.796

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,933 hal ini berarti 93,3% variabel dependen Kepuasan dipengaruhi oleh variabel independen Kualitas Produk, Harga, dan Saluran Distribusi. Sedangkan sisanya 6,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 10. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.218	.725		4.436	.000
1					
Kualitas Produk	.252	.053	.284	4.729	.000
Harga	.361	.051	.394	7.026	.000
Saluran Distribusi	.329	.059	.392	5.566	.000

Sumber : Data Primer diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 10 di atas bisa dilihat bahwa: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, pada variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,729 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sehingga $t_{hitung} 4,729 > t_{tabel} 1,675$ dan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, pada variabel Harga (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,026 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sehingga $t_{hitung} 7,026 > t_{tabel} 1,675$ dan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Saluran Dsitribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan, pada variabel Saluran Dsitribusi (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,729 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sehingga $t_{hitung} 5,5666 > t_{tabel} 1,675$ dan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian terbukti jika ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	176.497	3	58.832	226.123	.000 ^a
Residual	12.749	49	.260		
Total	189.245	52			

Sumber : Data Primer diolah tahun 2019

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar $226,123 > F_{tabel}$ 2,79 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000^b. Karena nilai signifikansi (*sig*) jauh lebih kecil dari 0,05 (5%) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Dominan

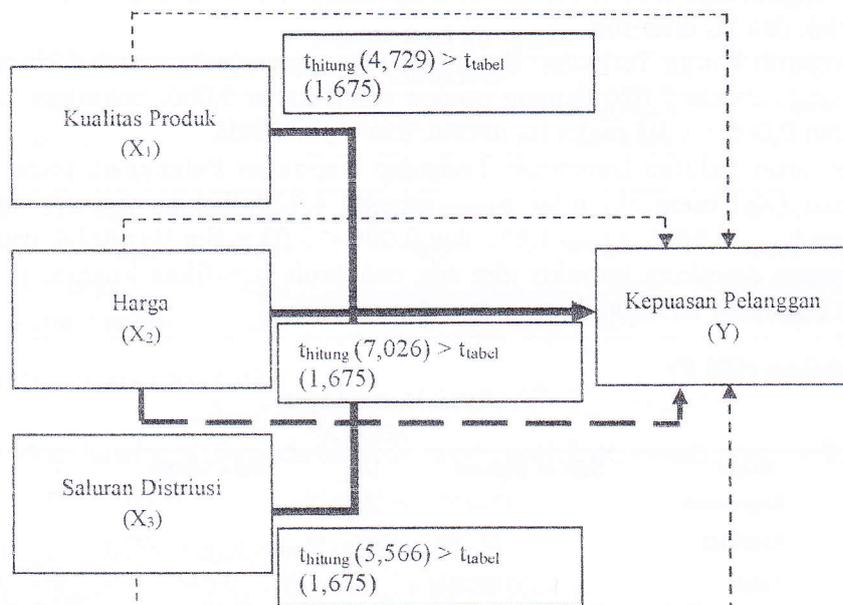
Tabel 12. Uji Dominan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.218	.725		4.436	.000
1 Kualitas Produk	.252	.053	.284	4.729	.000
Harga	.361	.051	.394	7.026	.000
Saluran Distribusi	.329	.059	.392	5.566	.000

Sumber : Data Primer diolah tahun 2019

Dari hasil pengujian menggunakan analisis regresi berganda pada tabel di atas, maka dapat diketahui variabel yang dominan berpengaruh yaitu harga, hal ini menunjukkan *Standardized Coefficients Beta* variabel Harga (X_2) = 0,394 nilai tersebut lebih besar dari variabel kualitas produk (X_1) = 0,284. Dan Harga (X_2) = 0,394 nilai tersebut lebih besar dari variabel saluran distribusi (X_3) = 0,392. Sedangkan nilai t_{hitung} harga (X_2) sebesar 7,026 lebih besar dari nilai t_{hitung} kualitas produk (X_1) sebesar 4,729. Dan nilai t_{hitung} harga (X_2) sebesar 7,026 lebih besar dari nilai t_{hitung} saluran distribusi (X_3) sebesar 5,566.

Hasil Kerangka Pemikiran dan Pembahasan



Sumber : Data Primer diolah tahun 2019

Gambar 3 : Hasil Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- Garis  Pengaruh secara Simultan
Garis  Pengaruh secara Parsial
Garis  Pengaruh secara Dominan

Dapat dibuktikan dari uji parsial bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t_{hitung} = 4,729$. Sedangkan variabel harga (X_2) secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t_{hitung} 7,026$. Dan variabel saluran distribusi (X_3) secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t_{hitung} 5,566$. Dan dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dimana diperoleh nilai $F_{hitung} = 226,123$

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,729 dan $t_{tabel} 1,675$ dengan tingkat signifikansi 0,000 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,729 > 1,675$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa "kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri." terbukti. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya,[6] bahwa hasil pengujian uji t menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,026 dan $t_{tabel} 1,675$ dengan tingkat signifikansi 0,000 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,026 > 1,675$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa "harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri". Sesuai dengan pernyataan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan[4].

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel saluran distribusi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,566 dan $t_{tabel} 1,675$ dengan tingkat signifikansi 0,000 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,566 > 1,675$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa "saluran distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri" adalah sesuai dengan pernyataan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.[3]

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 226,123 dan F_{tabel} sebesar 2,79 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($226,123 > 2,79$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri" sesuai dengan pernyataan bahwa Harga memiliki pengaruh

dominan terhadap kepuasan pelanggan daripada variabel kualitas produk dan saluran distribusi[4]. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri dan variabel harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,026

SIMPULAN dan REKOMENDASI

Simpulan

Penelitian ini dilakukan di Kota Kediri yang memiliki persaingan yang cukup ketat antar pengusaha tahu yang betul betul sangat ketat, dan tahu kediri memiliki rasa dan tekstur yang khas, serung juga disebut dengan tahu kuning atau tahu Kediri.

Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk, + 0,252 (X_1), harga, + 0,361 C dan saluran distribusi, 0,329 (X_3) secara simultan dan parsial terhadap terhadap kepuasan pelanggan (Y) tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri. Dalam hasil penelitian membuktikan bahwa harga berpengaruh dominan 0,361 X_2 terhadap Kepuasan Pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri. Hasil persamaan antara variabel bebas dan terikat adalah $Y = 3,218 + 0,252X_1 + 0,361X_2 + 0,329 X_3 + e$.

Rekomendasi

Untuk penelitian selanjutnya jika dimungkinkan bisa dilakukan dengan responden khusus yang dari luar kota dengan tujuan pembelian dipergunakan untuk buah tangan khsa kota kediri, atau responden sekelompok pendatang dengan tujuan pariwisata di Kediri (Serombongan dengan responden yang homogen dari kalangan tertentu)

Keterbatasan penelitian

Hasil penelitian ini masih banyak terdapat keterbatasan, baik dari tempat pengambilan responden serta faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa memberikan gambaran yang lebih komprehensif untuk lokasi kota yang berbeda. Dengan semakin berkembangnya bidang pemasaran, produksi dan bidang-bidang lain yang sejalan dengan revolusi industry 4.0, maka bisa dipastikan akan semakin berkembang pula variabel yang bisa masuk dalam penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Afnina and Y. Hastuti, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Samudra Ekon. dan Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 21–30, 2018.
- [2] A. F. R. Adi, "analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)," *J. Manaj. Pemasar.*, pp. 1–75, 2012.
- [3] D. Adi, "pengaruh kualitas produk , harga , dan saluran distribusi kepuasan pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Majalah SWA di DKI Jakarta)," *J. Adm. Bisnis*, no. 024, 2015.
- [4] I.heryanto, "Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan," *J. Ekon. Bisnis Entrep.*, vol. 9, no. 2, pp. 80–101, 2015.
- [5] J. Gerardo Runtuuwu, S. Oroh, R. Taroreh, F. Ekonomi dan Bisnis, and J. Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, "Pengaruh Kualitas Produk," *J. EMBA*, vol. 2, no. 3, pp. 1803–1813, 2018.
- [6] B. Saidani and S. Arifin, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market," *J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–22, 2012.