



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 17%

Date: Kamis, Februari 11, 2021

Statistics: 559 words Plagiarized / 3299 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAHU POO BAH KACUNG KOTA KEDIRI M Novan Fithrianto : fithriantonovan@gmail.com Judi Suharsono. : judisuharsono@gmail.com RR. Setyani Hidayati : setyani@upm.ac.id Fakultas Ekonomi, - Universitas Panca Marga Probolinggo
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. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 3,218 + 0,252X_1 + 0,361X_2 + 0,329X_3$ dan hasil uji hipotesis parsial t tabel = 1,675 dan nilai t hitung $X_1 = 4,729$, $X_2 = 7,026$, $X_3 = 5,566$ dengan nilai Sig kedua variabel $< 0,05$ membuktikan seluruh variabel bebas X_1, X_2, X_3 berpengaruh secara parsial terhadap Y.

Hasil uji hipotesis simultan F hitung sebesar 226,123 $>$ F tabel 2,79 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000b 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 dan Kepuasan Pelanggan Abstract This research aims to (1) Know the influence of product quality, price and distribution channels partially on

customer satisfaction to know Poo Bah Kacung Kota Kediri (2) Know 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. The results of the study show regression equation $Y = 3.218 + 0.252X_1 + 0.361X_2 + 0.329X_3$ and the results of the partial hypothesis test $t_{table} = 1.675$ and the value of t count $X_1 = 4.729$, $X_2 = 7.026$, $X_3 = 5.566$ with the Sig second variable $< 0,05$ proves that all independent variables X_1, X_2, X_3 partial influence on Y . Hypothesis test results F count of $226,123 > F_{table} 2.79$ with a significance value (Sig) of $0,000b$ proving 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 Channels and Customer Satisfaction 1. PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah 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. Menurut on 1) tas roduk ah cokan enggunaa produk (fitness for use) yang mencakup daya tahan, keandalan, kualitas kinerja, kualitas yang dirasa, kemudahan dalam pengemasan, dan kesan kualitas untuk memenuhi kebutuhan daanggan". Menurut (201 "Hargmerupsatu -satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biay Menurut Assa uri 14:234) aluran ribusi sutu 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 pelangg Menurut (2013: "Kepupelanggmerupakpendoron utama bagi retensi das pelanggan".

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri". Dari uraian di atas maka 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? (H1) b.

Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri? (H2) c. Manakah diantara variabel kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri? (H3) 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; 2. METODE PENELITIAN Jenis Penelitian Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan Hubungan Kausal. Penelitian hubungan kausal menurut S(2016:37) adalah hubungan sebab-akibat. Jadi ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan (dipengaruhi) Sedangkan metode kuantitatif Menurut Sugiyono "Metode 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". Variabel Penelitian Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2) dan saluran distribusi (X3).

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 X1 kualitas produk. Menurut Ono "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".

In Kualitas produk meliputi : Performance (kinerja), Durability (daya tahan), Features (Fitur), Reliability (reabilitas), dan Perceived Quality (kesan kualitas) Variabel X2 Harga. Menurut Assauri "Harga merupakan - satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya adalah kualitas". Indikator Harga meliputi: a) harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat produksi, dan Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

Variabel X3 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 kepada pemakai atau konsumen. Distribusi meliputi: Saluran Distribusi, Cakupan Pasar, Biaya, Kontrol, dan Konflik Saluran. Variabel Y Kepuasan Pelanggan. Menurut Uri "Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama kegiatan pemasaran". Indikator Kepuasan Pelanggan meliputi : Sistem keluhan dan saran, Survei kepuasan pelanggan, Ghost shopping, dan Analisa pelanggan yang hilang. Populasi dan Sampel populasi adalah pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri.

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:85) teknik purposive sampling atau sampling kriteria, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. 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. 3. HASIL PENELITIAN 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 Data Uji Validitas Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian korelasi product moment 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 Uji Reliabilitas Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Cbachph 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 Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas, diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai C lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik 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. 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 Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .966a .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. Uji Heteroskedastisitas Gambar 1: Scatterplot Regression Standardized Residual Sumber: Data diolah tahun 2019 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.

Uji Normalitas Gambar 2 : Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual Sumber: Data diolah, 2019 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 () dan koefisiensi prediktor (b1, b2, b3) Tabel 8 Hasil Uji Regresi 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 (R²) 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 Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .966a .933 .929 .510 1.796 Sumber: Data Primer diolah tahun 2019 Tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R²) 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 Uji Parsial (Uji T) Tabel 10 Hasil Uji T Coefficients Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1 (Constant) 3.218 .725 4.436 .000 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 7 di atas bisa dilihat bahwa: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, pada variabel kualitas produk (X1) 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 Ho ditolak dan Ha diterima. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, pada variabel Harga (X2) 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 Ho ditolak dan Ha diterima. Pengaruh Saluran Dstribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan, pada variabel Saluran Dstribusi (X3) 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 Ho ditolak dan Ha diterima.

Dengan demikian terbukti jika ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah KacungKota Proboolinggo ". Uji Simultan (Uji F) Tabel 11 Hasil Uji F ANOVA Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1 Regression 176.497 3 58.832 226.123 .000a 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 0,000b. Karena nilai signifikansi (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 (5%) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan Coefficients Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1 (Constant) 3.218 .725 4.436 .000 Kualitas Produk .252 .053 .284 4.729 .000 Harga .361 .051 .394 7.026 .000 Saluran Distribusi .329 .059 .392 5.566 .000 pelanggan atau dapat dikatakan kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Dominan Tabel 12 Uji Dominan 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 (X2) = 0,394 nilai tersebut lebih besar dari variabel kualitas produk (X1) = 0,284. Dan Harga (X2) = 0,394 nilai tersebut lebih besar dari variabel saluran distribusi (X3) = 0,392. Sedangkan nilai t hitung harga (X2) sebesar 7,026 lebih besar dari nilai t hitung kualitas produk (X1) sebesar 4,729. Dan nilai t hitung harga (X2) sebesar 7,026 lebih besar dari nilai t hitung saluran distribusi (X1) sebesar 5,566.

Hasil Kerangka Pemikiran dan Pembahasan Coefficientsa Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1 (Constant) 3.218 .725 4.436 .000 Kualitas Produk .252 .053 .284 4.729 .000 Harga .361 .051 .394 7.026 .000 Saluran Distribusi .329 .059 .392 5.566 .000 Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Saluran Distriusi (X3) Kepuasan Pelanggan (Y) thitung (7,026) > ttabel (1,675) sig. 0,000 thitung (4,729) > ttabel (1,675) sig. 0,000 thitung (5,566) > ttabel (1,675) sig. 0,000 Gambar 3 : Hasil Kerangka Pemikiran Sumber : Data Primer diolah tahun 2019 Keterangan: Garis Pengaruh secara Simultan Garis Pengaruh secara Parsial Garis Pengaruh secara Dominan Dapat dibuktikan dari uji parsial bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai thitung = 4,729. Sedangkan variabel harga (X2) secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai thitung 7,026.

Dan variabel saluran distribusi (X3) secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai thitung 5,566. Dan dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan saluran distribusi (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dimana diperoleh nilai Fhitung = 226,123. 4. PEMBAHASAN Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri 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 thitung sebesar 4,729 dan ttabel 1,675 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena thitung > ttabel (4,729 > 1,675), signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi (2016) pada penelitian terdahulu menjelaskan bahwa hasil pengujian uji t menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai thitung sebesar 7,026 dan ttabel 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 ". Seperti penelitian yang dilakukan oleh Adi (2016) pada penelitian terdahulu, menjelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri 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 thitung sebesar 5,566 dan ttabel 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 " saluran distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri ". eppentiyangdil (2016) pada penelitian terdahulu, menjelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri Dari hasil pengujian diperoleh nilai Fhitung sebesar 226,123 dan Ftabel 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 ". Seperti penelitian yang dilakukan oleh Adi (2016) pada penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa Harga memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan daripada variabel kualitas produk dan saluran distribusi.

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 thitung sebesar 7,026. 5. KESIMPULAN dan IMPLIKASI 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 (X1), harga, + 0,361 C dan saluran distribusi, 0,329 (X3) 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 X2 terhadap Kepuasan Pelanggan tahu Poo Bah Kacung Kota Kediri. Hasil persamaan antara variabel bebas dan terikat adalah $Y = 3,218 + 0,252X_1 + 0,361X_2 + 0,329X_3 + e$. IMPLIKASI Hasil penelitian ini masih banyak terdapat keterbatasan, baik dari jumlah responden, tempat pengambilan responden serta faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa memberikan gambaran yang lebih lengkap untuk kondisi yang sudah diteliti ini. Dengan semakin berkembangnya bidang pemasaran, produksi dan bidang lain yang sejalan dengan revolusi industri 4.0

maka bisa dipastikan akan semakin berkembang pula variabel yang bisa masuk dalam penelitian berikutnya. DAFTAR PUSTAKA Alma, Buchori. 2009. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: ALFABETA. Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers. , 2013. Strategi Marketing. Jakarta: Rajawali Pers. Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Haris, Abdul. 2016. Manajemen Pemasaran, Tinjauan Teoritis dan Praktik. Malang: Surya Pena Gemilang. Herlambang, Susatyo. 2014. Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran). Yogyakarta: Gosyen Publishing. Kotler, P dan K.L. Keller. 2008.

Manajemen dan Pengembangan Pemasaran, Edisi Ketigabelas, Jilid 1. Jakarta: ERLANGGA. . 2009. Manajemen dan Pengembangan Pemasaran, Edisi Duabelas, Jilid 1. Jakarta: INDEKS. Nasution. 2015. Manajemen Mutu Terpadu, Total Quality Management, Edisi 3. Bogor: Ghalia Indonesia. Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran, Teori & Implementasi. Yogyakarta: ANDI. Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA. Sunyoto, Danang. 2015. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS. Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI. , dan G, Chandra. 2017. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI. Wiratna, Sujarweni. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS. Yamin, Zulian.

2013. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: EKONISIA.

INTERNET SOURCES:

<1% - <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=76481>

3% -

https://www.researchgate.net/publication/312565911_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_HARGA_DAN_IKLAN_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_HANDPHONE_BLACKBERRY_

Studi_Kasus_Blackberry_Center_Veteran_Padang

1% - http://eprints.walisongo.ac.id/4082/4/103911061_bab3.pdf

<1% - <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/download/529/pdf>

<1% - http://etheses.uin-malang.ac.id/2461/11/09510094_Ringkasan.pdf

1% -

https://www.researchgate.net/publication/265118133_EVALUASI_PEMILIHAN_SUPPLIER_TERBAIK_MENGGUNAKAN_METODE_TAGUCHI_LOSS_FUNCTIONS_DAN_ANALYTICAL_HIERARCHY_PROCESS_DI_PT_INDOMAJU_TEXTINDO_KUDUS

1% - <http://eprints.umpo.ac.id/1127/2/BAB%20I.pdf>

1% - <https://core.ac.uk/download/pdf/33512492.pdf>

<1% - <http://eprints.walisongo.ac.id/7127/2/BAB%20I.pdf>

<1% -

<https://karierridhoroma.blogspot.com/2021/02/jenis-jenis-penelitian-metode.html>

1% - <http://repository.unpas.ac.id/41653/5/BAB%20III.pdf>

<1% - <http://eprints.ums.ac.id/32040/9/02.%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>

<1% - <http://repository.iainkudus.ac.id/2995/6/6.%20BAB%20III.pdf>

<1% - http://repository.um-surabaya.ac.id/3641/4/BAB_3.pdf

<1% - https://www.academia.edu/35707802/Jurnal_Manajemen_Untar_pdf

1% - <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/download/1113/801/>

<1% - <http://repository.fe.unj.ac.id/32/6/Chapter3.pdf>

<1% -

<https://rudisiswoyo89.blogspot.com/2013/11/makalah-sumber-data-penelitian.html>

<1% -

<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/Dra.%20Wening%20Sahayu,%20M.Pd./SISTEMATIKA%20PROPOSAL%20PENELITIAN%20KUANTITATIF.pdf>

<1% - http://repository.upi.edu/2228/7/S_PEK_0807109_Chapter4.pdf

<1% - <https://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-validitas-kuisisioner.html>

<1% - <http://repository.unj.ac.id/2187/7/12.%20BAB%20III.pdf>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/175895865/SKRIPSI-LENGKAP>

<1% - <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/3988/3524>

<1% - <https://www.slideshare.net/punkdick/analisis-olx>

<1% - <http://repository.uinbanten.ac.id/3605/5/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://www.scribd.com/document/327630536/12348549>

<1% - <http://repository.wima.ac.id/1914/5/Bab%204.pdf>

<1% -

<https://123dok.com/document/9yn4vpkz-analisis-pengaruh-working-capital-terhadap-kinerja-perusahaan-properti.html>

1% - <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/download/479/302>

1% - <http://repo.darmajaya.ac.id/742/4/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/120417325/3>

<1% -

https://1pdf.net/analisis-pengaruh-kebijakan-utang-terhadap-kinerja-_5a6467b4f6065d4367da520

<1% -

https://www.academia.edu/32344253/PENGARUH_KEPEMIMPINAN_DAN_MOTIVASI_KE_RJA_TERHADAP_KINERJA_KARYAWAN_PADA_PT_DAYA_ANUGERAH_SEMESTA_SEMARA_NG_SKRIPSI

<1% -

https://www.researchgate.net/publication/334224043_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_PROMOSI

<1% -

<http://digilib.unmuhjember.ac.id/files/disk1/47/umj-1x-hasanfitra-2310-1-jurnal--n.pdf>

<1% - <http://eprints.ums.ac.id/80500/11/np%20m.nanang%20%28Mnj%29%20r.pdf>

<1% -

<http://skripsi.narotama.ac.id/files/Pengaruh%20Kualitas%20Pelayanan%20Terhadap%20Kepuasan%20Pelanggan%20.doc>

<1% -

<https://rumahskripsilengkap.blogspot.com/2015/09/pengaruh-dimensi-bauran-pemasaran.html>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/312725243/Tesis-Najwa-Ujian-29-Agustus-2015>

<1% -

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/43>

<1% - <http://eprints.ums.ac.id/50640/3/BAB%20I.pdf>

<1% -

<http://karyailmiah.narotama.ac.id/files/PENGARUH%20HARGA,%20KUALITAS%20PRODUK%20DAN%20BRAND%20AWARENESS%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20PENSIL%20ALIS%20MEREK%20VIVA%20QUEEN%20DI%20SURABAYA.docx>

<1% - <https://ahmadrizalsite.wordpress.com/author/ahmadrizal87/page/3/>

<1% - <https://idr.uin-antasari.ac.id/5553/9/LAMPIRAN.pdf>

1% - <http://eprints.walisongo.ac.id/8295/3/BAB%20II.pdf>