

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PABRIK TAHU DJAIMIN BERDIKARI KABUPATEN SIMALUNGUN

Oleh:  
Ramadhan Ismu  
S1 Manajemen  
Darwin Lie, Efendi, Erbin Chandra

### Abstraksi

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasinya adalah seluruh konsumen Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun yang berjumlah 80 orang. Data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner, metode wawancara dan metode dokumentasi. Kemudian teknik analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dan metode deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Pelanggan menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan sudah baik. 2. Hasil analisis regresi berganda adalah  $\hat{Y}=1,690+0,265X_1+0,730X_2$ , artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 3. Hasil analisis korelasi diperoleh nilai  $r = 0,828$  artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan. Naik turunnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga sebesar 68,6% sedangkan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, biaya, lokasi, fasilitas, dan suasana. 4. Hipotesis penelitian  $H_0$  ditolak, artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan

### Abstraction

*The formulation of this research problem is how the influence of quality product and price on customer satisfaction at Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. The method used in this paper is literature research and field research. The population is all consumer of Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun which amounted to 80 people. The data used are qualitative data and quantitative data, and data collection techniques used are questionnaire method, interview method and documentation method. Then the technique of data analysis using qualitative descriptive method and quantitative descriptive method.*

*The result of this research can be concluded as follows: 1. Customer stated that quality product, price and customer satisfaction is good. 2. The analysis regression is  $\hat{Y}=1,690+0,265X_1+0,730X_2$ , means that quality product and price has good effect to customer satisfaction. 3. Analysis correlation obtained  $r$  value = 0,828, means that there is high and positive correlation between quality product and price with customer satisfaction. High low customer satisfaction can be explained by quality product and price amounting to 68,6% while the rest is 31,4% affected by other factor like promotion, cost, location, facility, and atmosphere. 4. The research hypothesis of  $H_0$  is rejected, means that quality product and price simultaneously have positive affect and significant to customer satisfaction at Pabrik Tahu Djaimin Berdikari.*

*Keywords: Quality Produk, Price, and Customer Satisfaction.*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Masalah

Salah satu usaha atau perusahaan dagang yaitu Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Perusahaan ini menghasilkan produk seperti tahu putih dan tahu goreng. Upaya yang dilakukan perusahaan tersebut dalam mengembangkan usahanya tidak terlepas dari adanya pelanggan sebagai faktor utama berkembangnya bisnis. Sehingga

kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam bisnis tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas produk yaitu pelanggan merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun dan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Harga produk pada perusahaan yang

ditawarkan juga sesuai dengan kualitas yang diperoleh dan kemudahan prosedur pembelian juga cukup mudah. Dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari kualitas produk, struktur harga, kenyamanan prosedur, dukungan konsumen.

Berdasarkan wawancara sementara yang dilakukan kepada beberapa pelanggan bahwa kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun masih belum maksimal, hal ini dapat dilihat pada dimensi kualitas produk, bahwa masih ada beberapa pelanggan yang belum puas terhadap kualitas yang ditawarkan perusahaan. Hal ini mencakup dari beberapa produk yang tidak sesuai dengan standar. Kemudian hal ini dapat dilihat pada dimensi kenyamanan prosedur, sebagian pelanggan masih merasa belum puas dikarenakan kurang nyamannya kondisi pabrik.

Salah satu hal yang sangat menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Dikatakan kualitas produk bagus jika konsumen tertarik dan merasa puas dengan produk tersebut. Dimensi kualitas produk terdiri dari kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika. Berdasarkan wawancara penulis kepada pemilik perusahaan dari dimensi di atas, masalah yang sering dihadapi Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun terdapat pada dimensi kesesuaian dengan spesifikasi. Dimana keinginan pelanggan terhadap bentuk dan harga dari produk tahu tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan. Hal tersebut dapat membuat pelanggan untuk lebih teliti dalam membeli produk tahu yang diinginkan. Selain masalah yang dihadapi ada juga dimensi yang bernilai positif yaitu kehandalan, dimana kehandalan yang diberikan memiliki manfaat produk untuk kesehatan pelanggan.

Selain kualitas produk, harga merupakan komponen penting atas suatu produk yang menjadi kepuasan pelanggan. Dimensi harga terdiri dari keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, dan cara pembayaran. Ketetapan harga akan selalu dihubungkan dengan keterjangkauan harga sesuai dengan kemampuan pelanggan. Harga yang ditawarkan pada produk di Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan seperti tahu putih Rp.180/biji, dan tahu goreng Rp.250/biji. Potongan harga yang diberikan belum maksimal, hal ini dikarenakan pelanggan tidak membeli dengan kapasitas/jumlah yang banyak dan cara pembayaran secara tunai.

## 2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana gambaran kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.

- b. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun baik secara simultan maupun parsial.

## 3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun baik secara simultan maupun parsial.

## 4. Metode Penelitian

Objek penelitian adalah Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun Jln. Hulakma Sinaga Gang Kecil No. 15 Kab. Simalungun Pematangsiantar. Populasi adalah ibu rumah tangga pada Masyarakat Nagori Karang Bangun Huta I Urung 01 Kab. Simalungun yang berjumlah 100 orang. Setelah dihitung dengan rumus Slovin, maka sampel adalah 80 orang.

Desain penelitian adalah Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data berupa Kuesioner, Wawancara dan Dokumentasi. Jenis data yang adalah jenis data kualitatif dan data kuantitatif. Hasil data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif dan kuantitatif.

## B. LANDASAN TEORI

### 1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Gary (2008:10), manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu. Menurut Tjiptono (2008:16), manajemen pemasaran yaitu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan distribusi barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran kelompok sasaran untuk memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Sedangkan menurut Kotler dan Kevin (2009:32), manajemen pemasaran (*marketing management*) merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Berdasarkan uraian teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah pemilihan pasar sasaran dengan melakukan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-

program yang dirancang, yang dilakukan untuk menciptakan, menghantarkan, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan mencapai nilai pelanggan yang unggul untuk mewujudkan tujuan perusahaan ataupun organisasi.

## 2. Kualitas Produk

Menurut Mowen dan Michael (2002:90), kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Menurut Kotler dan Gary (2008:272), kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Karakteristik produk atau jasa bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158), kualitas produk ialah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Berdasarkan uraian pendapat beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk dapat menjadikan bahan evaluasi pelanggan atas kinerja suatu produk yang berkualitas.

Menurut Tjiptono (2001:347), terdapat enam dimensi yang digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, yaitu kinerja, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika.

## 3. Harga

Menurut Kotler dan Gary (2008:345), harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Swastha dan Irawan (2002:241), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk. Sedangkan menurut Kotler dan Kevin (2009:67), harga adalah elemen termuda dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Berdasarkan uraian pendapat ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu elemen pemasaran yang berupa sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk.

Menurut Kotler dan Gary (2008:452), harga dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu: keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, dan cara pembayaran.

## 4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Gary (2008:16), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas. Menurut Kotler dan Kevin (2008:177), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja produk lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Sedangkan menurut Tjiptono (2011:292), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Berdasarkan uraian pendapat beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan dan diharapkan pelanggan setelah atau sesudah membandingkan antara harapan dan kenyataan dari suatu produk barang dan jasa.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192), ada 4 faktor utama yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan antara lain, yaitu kualitas produk atau jasa, struktur harga, kenyamanan prosedur, dukungan pelanggan.

## C. PEMBAHASAN

### 1. Analisa

#### a. Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai tanggapan dari pelanggan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Setelah pengujian data, maka langkah selanjutnya peneliti melakukan pengkajian analisis kualitatif sebagai gambaran fenomena dari variabel penelitian pada saat sekarang ini. Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan ke dalam kelas-kelas interval dimana penentuan intervalnya memakai rumus sebagai berikut:

Interval Kelas =  $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$

$$\begin{aligned} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Dari rumus diatas dapat diperoleh interval kelas 0,8 sehingga berlaku ketentuan kategori dengan hasil berikut:

**Tabel 1**  
**Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden**

Nilai Interval	Kategori		
	Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Pelanggan
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
1,81 - 2,60	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Puas
2,61 - 3,40	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Puas
3,41 - 4,20	Baik	Baik	Puas
4,21 - 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : hasil pengolahan data

### 1) Gambaran Kualitas Produk pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun

Dari hasil analisa, dapat dilihat bahwa untuk dimensi kinerja pada indikator kemasan produk berada pada rata-rata 3,63 dengan kriteria baik, hal ini dapat dilihat dari kemasan yang ditawarkan pada pelanggan sudah baik dan rapi. Untuk indikator tampilan bentuk produk berada pada rata-rata 3,39 dengan kriteria cukup baik, hal ini karena tampilan dari bentuk masih ada yang mengalami kerusakan dari beberapa produk tahu tersebut. Sedangkan indikator produk dalam keadaan baik/tidak rusak berada pada rata-rata 3,80 dengan kriteria baik, hal ini karena pelanggan masih mendapatkan beberapa produk yang dalam keadaan tidak baik seperti rusak/hancur dan produk tidak dapat digunakan.

Kemudian untuk dimensi keistimewaan pada indikator penambah fungsi dasar produk berada pada rata-rata 3,91 dengan kriteria baik, hal ini pelanggan membuktikan bahwa bentuk produk yang diperoleh baik tetapi ada beberapa pelanggan yang mendapatkan bentuk produk dalam keadaan tidak baik. Untuk indikator nilai tambah produk berada pada rata-rata 3,91 dengan kriteria baik, dalam hal ini pelanggan sudah mendapatkan produk dengan kualitas yang cukup sesuai. Sedangkan indikator perkembangan produk berada pada rata-rata 3,34 dengan kriteria cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan kualitas produk yang harus ditingkatkan.

Kemudian untuk dimensi kehandalan pada indikator produk mudah untuk dikonsumsi berada pada rata-rata 3,73 dengan kriteria baik, hal ini menunjukkan bahwa dalam mengkonsumsi produk pelanggan sudah merasakan tekstur yang baik. Untuk indikator manfaat produk berada pada rata-rata 3,64 dengan kriteria baik, hal ini dikarenakan pelanggan mendapatkan produk yang bisa diolah menjadi lauk pauk. Sedangkan indikator kondisi produk berada pada rata-rata 3,60 dengan kriteria baik, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan puas untuk kondisi produk yang baik.

Lalu untuk dimensi kesesuaian dengan spesifikasi pada indikator standar produk berada pada rata-rata 3,66 dengan kriteria baik, hal ini standar produk yang ditawarkan dengan bentuk dan harga yang sesuai. Untuk indikator kesesuaian warna produk berada pada rata-rata 3,36 dengan kriteria cukup baik, hal ini disebabkan beberapa pelanggan sudah menerima produk dengan warna yang sesuai. Sedangkan untuk indikator kesesuaian bentuk produk berada pada rata-rata 3,44 dengan kriteria baik, hal ini disebabkan ada beberapa pelanggan yang menerima produk tidak sesuai dengan bentuk standar produk.

Selanjutnya untuk dimensi daya tahan pada indikator daya tahan produk berada pada rata-rata 3,83 dengan kriteria baik, hal ini diperoleh dari pelanggan dilihat dari produk yang tidak rusak. Untuk indikator masa pakai produk berada pada rata-rata 3,60 dengan kriteria baik, hal ini terlihat dari bentuk produk yang tidak berubah walaupun disimpan dengan waktu lama. Sedangkan untuk indikator ukuran ketahanan berada pada rata-rata 3,78 dengan kriteria baik, hal ini dapat dilihat dari rasa produk yang telah dimasak oleh pelanggan yang tidak berubah rasanya walaupun sampai sehari-hari.

Sedangkan dimensi estetika pada indikator daya tarik produk berada pada rata-rata 3,84 dengan kriteria baik, hal ini pelanggan cukup tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun terlihat dari pelanggan selalu berdatangan untuk memperoleh produk dari pabrik ini. Untuk indikator tampilan suatu produk berada pada rata-rata 3,54 dengan kriteria baik, hal ini sudah menunjukkan bahwa beberapa pelanggan menerima produk dengan tampilan produk yang standar. Sedangkan indikator penggunaan suatu produk berada pada rata-rata 3,89 dengan kriteria baik, hal ini terlihat dari keadaan produk yang baik saat diterima oleh pelanggan.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa rata-rata kualitas produk di Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun pada dimensi kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, dan estetika berada pada nilai rata-rata 3,66 dengan kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata kualitas produk tertinggi ada pada indikator nilai tambah produk dan nilai dasar produk 3,91 dengan kriteria sangat baik. Dan nilai rata-rata kualitas produk terendah ada pada indikator perkembangan produk 3,34 dengan kriteria cukup baik.

### 2) Gambaran Harga pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun

Dari hasil analisa, dapat dilihat bahwa untuk dimensi keterjangkauan harga pada indikator harga yang ditawarkan berada pada

rata-rata 4,16 dengan kriteria baik, hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan dengan harga yang ditawarkan oleh Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Untuk indikator penentuan harga berada pada rata-rata 3,64 dengan kriteria baik, hal ini menjelaskan bahwa pelanggan puas dengan standar penentuan harga tersebut. Sedangkan indikator keterjangkauan harga berada pada rata-rata 3,71 dengan kriteria baik, hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan harga yang ditawarkan sudah sesuai.

Selanjutnya pada dimensi diskon/potongan harga pada indikator diskon berada pada rata-rata 3,71 dengan kriteria baik, hal ini pelanggan yang mendapatkan potongan pembelian yang diterima untuk pembelian kapasitas/jumlah yang banyak. Untuk indikator pemberian bonus berada pada rata-rata 3,41 dengan kriteria baik, hal ini terlihat dari pembelian dalam kapasitas yang banyak akan mendapatkan tambahan produk. Sedangkan indikator penghargaan berada pada rata-rata 3,43 dengan kriteria baik, hal ini dikarenakan perusahaan akan memberikan parcel atau bingkisan kepada pelanggan yang sudah cukup setia dalam transaksi pembelian produk.

Sedangkan untuk dimensi cara pembayaran pada indikator fasilitas pembayaran berada pada rata-rata 3,81 dengan kriteria baik, hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan dimana pelanggan langsung interaksi dengan penjual. Untuk indikator pembayaran secara tunai berada pada rata-rata 3,21 dengan kriteria cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa pembayaran secara tunai sudah cukup baik dalam membeli produk. Sedangkan pada indikator prosedur pembayaran berada pada rata-rata 3,69 dengan kriteria cukup baik, hal ini terlihat dari beberapa pelanggan dimana prosedur dalam pembelian produk tidak rumit dan susah, sehingga pelanggan langsung dapat berinteraksi dengan penjual.

Secara keseluruhan nilai dimensi harga memiliki rata-rata 3,64 dengan kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata harga tertinggi berada pada indikator harga yang ditawarkan dengan nilai rata-rata 4,16 dengan kriteria jawaban baik. Sedangkan nilai rata-rata harga terendah berada pada indikator pembayaran secara tunai dengan nilai rata-rata 3,21 dengan kriteria jawaban cukup baik.

### **3) Gambaran Kepuasan Pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun**

Dari hasil analisa, dapat dilihat bahwa untuk dimensi kualitas produk pada indikator kualitas produk berada pada rata-rata 3,75 dengan kriteria puas, hal ini terlihat pada kepuasan pelanggan atas kualitas produk yang ditawarkan sehingga pelanggan menjadi loyal

dalam pembelian produk di Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Untuk indikator pelayanan yang berkualitas berada pada rata-rata 3,56 dengan kriteria puas, hal ini dikarenakan penjual yang sangat ramah dan melayani dengan sopan. Sedangkan pada indikator tanggung jawab berada pada rata-rata 3,69 dengan kriteria puas, hal ini dikarenakan dimana penjual menyelesaikan pembelian pelanggan sampai tuntas dan selesai.

Kemudian pada dimensi struktur harga untuk indikator harga terjangkau berada pada rata-rata 3,31 dengan kriteria cukup puas, hal ini menunjukkan kepuasan beberapa pelanggan terhadap jangkauan harga yang ditawarkan dimana harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli pelanggan. Untuk indikator kesesuaian harga berada pada rata-rata 3,71 dengan kriteria puas, hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk. Sedangkan untuk indikator potongan harga berada pada rata-rata 3,44 dengan kriteria puas, hal ini menunjukkan bahwa potongan yang diberikan sudah tergolong puas bagi pelanggan. Dikarenakan Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun ini memberikan potongan hanya untuk pembelian dalam kapasitas besar/jumlah yang banyak.

Lalu dimensi kenyamanan prosedur pada indikator kenyamanan pelayanan berada pada rata-rata 3,55 dengan kriteria puas, hal ini dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun kepada pelanggannya. Dimana pelayanan yang ramah, baik, dan sopan membuat pelanggan nyaman dalam melakukan pembelian. Untuk indikator mudah mendapatkan produk berada pada rata-rata 3,70 dengan kriteria puas, hal ini menjelaskan bahwa dengan mudah pelanggan mendapatkan produk dari Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun karena pelanggan dapat melakukan pembelian datang langsung ke pabrik dan datang ke lapak jualan yang berada di Pasar Horas Gedung III. Sedangkan pada indikator efisien berada pada rata-rata 3,53 dengan kriteria puas, hal ini dapat dilihat dari efisiennya penjual dimana pelanggan bisa melakukan pembelian tidak hanya ke pabrik tapi pada beberapa lapak penjualan di Pasar Horas juga bisa.

Selanjutnya untuk dimensi dukungan konsumen pada indikator dapat memuaskan pelanggan berada pada rata-rata 3,63 dengan kriteria puas, hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan yang diterima atas pembelian produk di Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun dimana memiliki ciri khas dari segi rasa dan bentuk. Untuk indikator produk yang berkualitas berada pada rata-rata 3,49 dengan kriteria puas, hal ini dapat dilihat dari kandungan gizi yang terdapat pada produk di Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten

Simalungun. Produk yang baik memiliki kandungan gizi yang sesuai, dan tidak ada campuran zat-zat yang berbahaya. Sedangkan pada indikator kenyamanan yang diberikan kepada pelanggan berada pada rata-rata 3,74 dengan kriteria puas, hal ini dapat dilihat dari cara pelayanan yang diberikan Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun sudah baik dan bagus.

Secara keseluruhan dapat dilihat variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban puas. Nilai jawaban responden tertinggi berada pada indikator kualitas produk dengan nilai rata-rata 3,75 dengan kriteria jawaban puas. Sedangkan nilai jawaban responden terendah berada pada indikator harga terjangkau dengan nilai rata-rata 3,31 dengan kriteria jawaban cukup puas.

## b. Deskriptif Kuantitatif

### 1) Regresi Linear Berganda

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana X adalah kualitas produk, harga, dan Y adalah kepuasan pelanggan. Maka dilakukan perhitungan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21 dengan hasil hitung regresi sebagai berikut:

**Tabel 2**  
Hasil Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1.690	3.580	
1 Kualitas Produk	.265	.080	.313
1 Harga	.730	.121	.570

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen  
Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 21

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 di atas diperoleh model persamaan  $Y = 1,690 + 0,265X_1 + 0,730X_2$  artinya terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun

### 2) Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil analisis korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3**  
Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 <sup>a</sup>	.686	.678	3.234

a. *Predictors:* (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan  
Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai  $r = 0,828$ , yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun, sesuai dengan kriteria hubungan pada tabel 1. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) = 0,686, artinya kepuasan pelanggan (Y) pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun sebesar 68,6% dipengaruhi oleh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), sedangkan selebihnya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini, seperti promosi, biaya, lokasi, fasilitas, suasana, dan sebagainya.

### 3) Uji Hipotesis

#### a) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan secara simultan, yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan harga yang diuji berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau signifikansi  $0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

Untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang valid, maka harus dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 21.

**Tabel 4**  
Hasil Uji Simultan (Uji F)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1827.115	2	913.557	84.217	.000 <sup>a</sup>
1 Residual	835.273	77	10.848		
1 Total	2662.388	79			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan  
b. *Predictors:* (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 4 di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $84,217 > F_{tabel}$  dengan  $(0,05 ; 2 \text{ VS } 77)$  dengan  $df = n - k - 1$  ( $80 - 2 - 1 = 77$ ) sebesar 3,12 atau dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya kualitas

produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.

### b) Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan secara parsial yang dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan harga yang diuji berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikansi  $0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

**Tabel 5**  
Perkiraan Nilai  $t_{hitung}$   
Coefficients<sup>a</sup>

Model	t	Sig.
(Constant)	472	.638
KUALITAS PRODUK	3,309	.001
HARGA	6,020	.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan  
Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pada variabel  $X_1$  (kualitas produk) sebesar  $3,309 > t_{tabel}$  dengan  $df = n-k-1$  ( $80-2-1 = 77$ ) sebesar  $1,991$  atau taraf signifikansi  $0,001$   $0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Kemudian nilai  $t_{hitung}$  pada variabel  $X_2$  (harga) sebesar  $6,020 > t_{tabel}$  dengan  $df = n-k-1$  ( $80-2-1 = 77$ ) sebesar  $1,991$  atau taraf signifikansi  $0,000$   $0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.

## 2. Evaluasi

### a. Kualitas Produk pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun

Dimensi kinerja memiliki kriteria jawaban baik, lalu indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator kemasan produk yang baik/rapi memperoleh rata-rata  $3,63$  berkriteria jawaban baik. Dalam hal ini perusahaan dapat melakukan suatu terobosan baru pada kemasan seperti membuat suatu kemasan yang memiliki merk produk. Pada indikator tampilan bentuk produk yang ditawarkan memperoleh rata-rata  $3,39$  berkriteria jawaban cukup baik. Dalam hal ini untuk tampilan bentuk produk pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun bisa membuat terobosan baru untuk bentuk tahu dibuat menjadi bulat, dimana tahu bulat sedang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

Sehingga membuat kepuasan pelanggan menjadi lebih meningkat.

Selanjutnya untuk dimensi keistimewaan memiliki kriteria jawaban baik, lalu indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator perkembangan produk yang memperoleh rata-rata  $3,34$  berkriteria jawaban cukup baik. Dalam hal perkembangan produk tahu ini perusahaan dapat meningkatkan mutu produk yang semakin baik dan bagus.

Kemudian pada dimensi kehandalan berada pada kriteria jawaban baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator manfaat produk untuk kesehatan berada pada rata-rata  $3,64$  berkriteria jawaban baik. Dalam hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan produk mereka terlebih pada campuran bahan agar manfaat utama pada produk tidak hancur. Dan pada indikator kondisi produk berada pada rata-rata  $3,60$  berkriteria jawaban baik. Untuk mengatasi hal tersebut, maka pemilik harus lebih mengontrol kembali produk yang mereka produksi untuk lebih menjadikan produk menjadi lebih baik dan tidak mudah hancur serta sesuai dengan kondisi yang diharapkan pelanggan.

Selanjutnya untuk dimensi kesesuaian dengan spesifikasi berada pada kriteria baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator kesesuaian warna produk berada pada rata-rata  $3,36$  berkriteria jawaban cukup baik. Dalam hal ini warna produk standar tetapi ada beberapa produk yang terlihat tidak baik, jadi pemilik harus lebih teliti dan meninjau kembali produksi yang ada seperti dalam cara pembuatan tahu kemungkinan ada terjadi kesalahan atau kekurangan bahan, atau adanya karyawan yang melakukan kesalahan dalam memilih produk. Pada indikator kesesuaian bentuk produk berada pada rata-rata  $3,44$  berkriteria jawaban baik. Hal ini perusahaan dapat meninjau kembali pada hasil produksi yang mengalami kesalahan pada pemotongan bentuk produk, agar bentuk tahu dapat sesuai dengan harapan pelanggan.

Untuk dimensi daya tahan berada pada kriteria baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator masa pakai produk berada pada rata-rata  $3,60$  berkriteria jawaban baik. Cara mengatasinya perusahaan bisa melakukan sosialisasi atau infomasi kepada para pelanggan secara langsung mengenai cara penyimpanan produk tahu ini, dimana pelanggan harus menggunakan wadah yang tertutup dan diletakkan pada lemari es dengan cara ini bisa membuat ketahanan produk menjadi lebih lama daripada diletakkan dengan cara wadah terbuka dan diletak diruangan terbuka.

Demikian juga pada dimensi estetika berada pada kriteria baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator tampilan suatu produk berada pada rata-rata 3,54 berkriteria jawaban baik. Dalam hal ini perusahaan sebaiknya membuat tampilan bentuk dengan cara membuat membuat kemasan tahu berbahan plastik yang tertulis manfaat kandungan gizi yang terdapat pada produk dan membuat slogan agar pelanggan menjadi tertarik.

Berdasarkan evaluasi tentang kualitas produk di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh indikator sudah dikategorikan baik. Tetapi, Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun dapat meningkatkan kualitas produknya agar kepuasan konsumen dapat terwujud dan mengalami peningkatan.

#### **b. Harga pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun**

Pada dimensi diskon/potongan harga berada pada kriteria jawaban baik, lalu pada indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator pemberian bonus berada pada rata-rata 3,41 berkriteria jawaban baik. Dalam hal ini bonus yang diberikan perusahaan masih belum maksimal, dimana perusahaan memiliki kriteria tersendiri untuk pelanggan yang akan menerima penghargaan tersebut. Seperti aktivitas pelanggan melakukan pembelian, dalam jumlah/kapasitas banyak serta pelanggan yang telah lama melakukan aktivitas pembelian di perusahaan ini. Cara memaksimalkannya dengan membuat kriteria baru untuk pelanggan yang memperoleh penghargaan dimana pelanggan yang membeli dengan jumlah nominal Rp. 100.000,- pelanggan bisa memperoleh penghargaan berupa tambahan produk. Dan pada indikator penghargaan berada pada rata-rata 3,43 berkriteria baik. Dalam hal ini perusahaan harus membuat kriteria baru seperti, aktivitas pelanggan dalam melakukan pembelian, dan jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan.

Demikian juga pada dimensi cara pembayaran berada pada kriteria jawaban baik, lalu pada indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator pembayaran secara tunai berada pada rata-rata 3,21 berkriteria jawaban cukup baik. Dalam hal ini bisa saja perusahaan memberikan fasilitas pembayaran secara angsuran atau cicilan dengan pelanggan yang membeli dengan uang muka.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa harga yang diterapkan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun sudah dikategorikan baik. Meskipun sudah dalam kategori baik, perusahaan masih perlu memberikan diskon/potongan harga untuk

pembelian produk tahu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **c. Kepuasan Pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun**

Dalam dimensi kualitas produk berada pada kriteria jawaban baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator pelayanan yang berkualitas berada pada rata-rata 3,56 berkriteria puas. Dalam hal ini masih terdapat beberapa keteledoran perusahaan dimana kurang berkualitas dengan produk yang dibeli pelanggan, seperti kurangnya jumlah produk yang seharusnya diberikan tetapi kenyataan yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan jumlah yang dibeli. Untuk mengatasinya perusahaan harus lebih teliti dalam menghitung jumlah produk yang dibeli.

Kemudian pada dimensi struktur harga berada pada kriteria jawaban baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator harga terjangkau berada pada rata-rata 3,31 berkriteria jawaban cukup puas. Pada lapangan terdapat pelanggan yang belum puas dalam harga yang diberikan perusahaan. Untuk mengatasinya perusahaan harus membuat beberapa bungkus tahu dengan harga yang berbeda seperti dengan nominal Rp. 1000,- atau Rp. 2000,-. Dan pada indikator potongan harga berada pada rata-rata 3,44 berkriteria jawaban puas. Dalam hal ini perusahaan harus membuat suatu ketentuan potongan harga pada pembelian produk seperti jika membeli produk dengan jumlah nominal Rp.150.000,- mendapatkan potongan Rp.5.000,-.

Selanjutnya pada dimensi kenyamanan prosedur berada pada kriteria jawaban baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator kenyamanan pelayanan berada pada rata-rata 3,55 berkriteria jawaban puas. Dalam hal ini perusahaan dapat memberikan arahan pada pekerja untuk tetap menghargai semua pelanggan yang datang. Dan pada indikator efisien berada pada rata-rata 3,53 berkriteria jawaban puas. Dalam hal ini perusahaan harus lebih efisien dalam prosedur pembelian dan transaksi yang dilakukan, dengan cara teliti dalam menghitung produk dan tidak terlalu lama dalam melayani pelanggan dalam prosedur pembelian.

Demikian juga pada dimensi dukungan konsumen berada pada kriteria jawaban baik, lalu untuk indikator yang dibawah nilai rata-rata keseluruhan berada pada indikator produk yang berkualitas berada pada rata-rata 3,49 berkriteria jawaban puas. Untuk mengatasinya perusahaan sebaiknya meningkatkan mutu dan kualitas produk agar minat pelanggan akan semakin meningkat juga.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- a. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas produk, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa rata-rata kualitas produk pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun pada dimensi kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan dan estetika berada pada nilai rata-rata 3,66 dengan kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata kualitas produk tertinggi ada pada indikator nilai tambah produk dan nilai dasar produk 3,91 dengan kriteria sangat baik. Dan nilai rata-rata kualitas produk terendah ada pada indikator perkembangan produk 3,34 dengan kriteria cukup baik.
- b. Hasil analisis kualitatif tentang harga, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa rata-rata harga pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun pada dimensi keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, cara pembayaran berada pada nilai rata-rata 3,64 dengan kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata harga tertinggi berada pada indikator harga yang ditawarkan dengan nilai rata-rata 4,16 dengan kriteria jawaban baik. Sedangkan nilai rata-rata harga terendah berada pada indikator pembayaran secara tunai dengan nilai rata-rata 3,21 dengan kriteria jawaban cukup baik
- c. Hasil analisis kualitatif tentang kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun, secara keseluruhan nilai kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban puas. Nilai jawaban responden tertinggi berada pada indikator kualitas produk dengan nilai rata-rata 3,75 dengan kriteria jawaban puas. Sedangkan nilai jawaban responden terendah berada pada indikator harga terjangkau dengan nilai rata-rata 3,31 dengan kriteria jawaban cukup puas.
- d. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut  $\hat{Y} = 1,690 + 0,265X_1 + 0,730X_2$  yang artinya terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.
- e. Hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai  $r = 0,828$ , yang artinya terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,686, artinya naik turunnya kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun sebesar

68,6% dijelaskan oleh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), sedangkan selebihnya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

- f. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 84,217 >  $F_{tabel}$  dengan (0,05 ; 2 VS 77) dengan  $df = n-k-1$  (80-2-1 = 77) sebesar 3,12 atau dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.
- g. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pada variabel  $X_1$  (kualitas produk) sebesar 3,309 >  $t_{tabel}$  dengan  $df = n-k-1$  (80-2-1 = 77) sebesar 1,991 atau taraf signifikansi 0,001 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun. Kemudian nilai  $t_{hitung}$  pada variabel  $X_2$  (harga) sebesar 6,020 >  $t_{tabel}$  dengan  $df = n-k-1$  (80-2-1 = 77) sebesar 1,991 atau taraf signifikansi 0,000 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun secara parsial.

### 2. Saran

- a. Untuk meningkatkan kualitas produk pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun maka, pemilik sebaiknya membuat pengembangan bentuk produk yang sesuai dengan standarnya sehingga membuat produk semakin diminati oleh pelanggan, dan membuat standar produk yang lebih baik lagi seperti bentuk, warna, rasa, kemasan, manfaat produk, dan daya tahan produk.
- b. Untuk memaksimalkan harga pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun, maka pemilik sebaiknya membuat harga yang sesuai dengan pelanggan dan terjangkaunya harga produk dengan kemampuan daya beli pelanggan, serta penambahan kriteria pemberian diskon/potongan harga bagi pelanggan baru ataupun pelanggan lama.
- c. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun, maka pemilik sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang akan ditawarkan oleh pelanggan, memberikan pelayanan yang baik, ramah, sopan, efisien, dan tanggung jawab terhadap pelanggan. Sehingga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang lebih loyal lagi pada Pabrik Tahu Djaimin Berdikari Kabupaten Simalungun.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Handi. 2002. **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jilid 1. Edisi Kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Edisi Kedua belas. Cetakan Kedua. Jakarta: PT Indeks.
- ..... 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Edisi Ketiga belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rahmat. 2001. **Pemasaran Jasa**. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rahmat dan Hamdani A. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2001. **Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial**. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. **Pemasaran Jasa**. Malang: Bayumedia.