PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS UMKM *HANDMADE* TAS AYA_KO)"

(The Effect Of Price And Product Quality On Customer Satisfaction (Case Study Of Aya_Ko Handmade Bag Umkm)

SKRIPSI

Oleh:

PUTRY FEBI FEBRYANTI.P
NIM. 2161201301

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNISUNIVERSITAS LANCANG KUNINGPEKANBARU
2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : PUTRY FEBI FEBRYANTI.P

NIM : 2161201301

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL :PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS UMKM *HANDMADE* TAS AYA_KO)

DISETUJUI

PEMBIMBING I

Dr. NOFRIZAL,S.E, MM
1002118703

PEMBIMBING II

Dr. AFVAN AQUINO, S.E.M.M
1021087802

DEKAN

Dr. DINI ONASIS, S.E., S.H., M.M., AK., ACPA
1006067101

KETUA JURUSAN

Dr. AZNURIYANDI, S.E.,M.Si
1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : PUTRY FEBI FEBRYANTI.P

NIM : 2161201187

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL :PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS UMKM *HANDMADE* TAS AYA_KO)

KETUA

Dr. AZNURIYANDI, S.E.,M.Si
1021088602

SEKRETARIS

Dr. IDEL WALDELMI, SE.I, M.Si
1008078602

ANGGOTA

Dr. NOFRIZAL,S.E, MM
1002118703

Dr. AFVAN AQUINO, S.E.M.M
1021087802

Dr.ZULIA KHAIRANI, SE, MM
1008078601

PRAMA WIDAYAT, SE, MM, AAAIK
1025128504

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS UMKM HANDMADE TAS AYA_KO)"

OLEH

PUTRY FEBI FEBRYANTI.P
NIM. 2161201301

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada umkm *handmade* tas aya_ko. Objek penelitian yaitu pelanggan pada umkm *handmade* tas aya_ko dengan jumlah populasi yaitu 2000 orang. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *porposif Sampling* dengan kriteria yang menjadi pelanggan umkm *handmade* tas aya_ko. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel 95 orang. Hasil penelitian yaitu (1) Harga secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} 2,558 > t_{tabel} 1,98580, (2) Kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} 7,874 > t_{tabel} 1,98580, (3) Harga dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F_{hitung} 63,375 > F_{tabel} 3,94, dan (4) Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 58,7%, sedangkan 41,3%sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor luar yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas produk, Kepuasan produk

ABSTRACT

"THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY OF AYA_KO HANDMADE BAG UMKM)"

BY

PUTRY FEBI FEBRYANTI.P
NIM. 2161201301

This study aims to determine the influence of price and product quality on customer satisfaction in MSMEs.handmade bag aya_ko. The object of the study is customers on SMEs handmade aya_ko bag with a population of 2000 people. In this study the sampling technique used was the method proposif Samplingwith the criteria to become an MSME customerhandmade aya_ko bag. Determining the number of samples using the Slovin formula with a sample size of 95 people. The results of the study are: (1) Price partially has a significant and positive influence on customer satisfaction with a t value$_{count}$ 2,558 > t$_{table}$1.98580, (2) Product quality partially has a significant and positive influence on customer satisfaction with a t value.$_{count}$ 7,874 > t$_{table}$1.98580, (3) Price and product quality simultaneously have a significant influence on customer satisfaction with an F value.$_{count}$ 63,375 > F$_{table}$3,94, and (4) Influence price and product quality on customer satisfaction by 58.7%, while the remaining 41.3% is influenced by external factors not discussed in this study.

Keywords: Price, Product quality, Product satisfaction

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.

3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar Pustaka.

4. Penyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 09 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Putry febi febryanri.p

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skipsi ini yang berjudul **"pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus umkm *handmade* tas aya_ko)".**

Dalam penulisan skipsi ini penulis masih banyak kekurangan-kekurangan baik pada teknik penulisan materi,mengingat akan kemampuan yang dimiliki penulis masih sangat sedikit. Unutuk itu kritik dan saran dari semua pihak yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan isi dari skripsi ini dimasa yang akan mendatang.

Untuk penyusunan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang penulis hadapi. Namun penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penyusunan materi ini tidak lain berkat bantuan, dorongan dan bimbingan. Sehingga kendala-kendala yang penulis hadapi teratasi. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. DINI ONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., AK. CA., ACPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancing Kuning.
2. Bapak Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancing Kuning.
3. Bapak Dr. NOFRIZAL, SE, MM. Selaku dosen pembimbing I dan bapak Dr. AFVAN AQUINO, S.E. M.M. Selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam membimbing atau memberikan petunjuk, nasehat dan arahan kepada penulis, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama

menjadi mahasiswa, semoga amal yang tidak pernah putus di kamudian hari. Tidak lupu juga terimakasih kepada seluruh staff yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

5. Teristimewa Buat Kedua Orangtua Tercinta, Ayah Janel Purba Dan Mama Fifi Yanti. Terimakasih Telah Mengusahakan Segalanya Untuk Anak Sasadanya. Yang Telah Memberikan Kasih Sayang, Nasehat, Memenuhi Kebutuhan Penulis, Dukungan Serta Doa Yang Tiada Henti Kepada Penulis Selama Melalui Proses Perkuliahan. Mama,Salah Satu Orang Yang Menjadi Tempat Keluh Kesah Penulis Sekaligus Menjadi Teman Curhat Penulis, Dan Ayah Yang Selalu Memberikan Dukungan Dan Semangatnya Untuk Anak Kesayangannya Ini. Walaupun Tidak Sempat Dapat Merasakan Duduk Di Bangku Perkuliahan Namun, Mereka Berusaha Bekerja Keras Demi Memberikan Kesempat Pendidikan Yang Lebih Baik Dari Yang Telah Mereka Lalui Sebelumnya, Harapan Yang Selalu Ada Di Setiap Doa Yang Penulis Panjatkan.
6. Untuk Satu nama yang tidak bisa saya sebutkan. Saya ucapkan terimakasih atas dukungan, motivasi, kesabaran, kebersamaan dan doa yang pernah anda sematkan di tengah perjuanganku. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, walaupun hanya untuk sementara waktu.
7. Seluruh teman dekat yang saya sayang. Penulis mengucapkan terimakasih atas dukungan, semangat, dan kesabaran, dan kebersamaan yang telah diberikan sepanjang perjalanan ini.
8. Teman seperjuangan br. Simamora dan 2 br. Tampubolon Yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan. Banyak berpartisipasi dalam pembuatan skipsi ini, terimakasih atas segala motivasi, pengalaman yang

sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini. *See you on top, guys!*

9. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skipsi ini, meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
10. Putry febi febryanti.p, ya! Diri saya sendiri. Apreasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit dan lambat. Tidak hanya disaat kendala *"people come and go"* selalu menghantui pikiran yang selama ini menghambat proses penyelesaian skipsi ini yang juga memotivasi penulis untuk terus ambisi dalam menyelesaikan skipsi ini. Terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, penalis bersedia menerima berbagai masukan, sarun, dan kritik dari berbagai pihak yang bersifat membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Pekanbaru, 17 mei 2025



Putry febi febryanti.P

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI i
PENGESAHAAN SKRIPSI ii
SURAT PERNYATAAN iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Peneliitan 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 11
1.4 Sistematika Penelitian 12
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 14
2.1 Telaah Pustaka 14
2.2 Penelitian Terdahulu 30
2.3 Kerangka Pemikiran 32
2.4 Hipotesis 36
BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Objek Penelitian 38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 38
3.3 Teknik Pengumpulan Data 39
3.4 Jenis dan Sumber Data 40
3.5 Teknik Pengumpulan Data 41
3.6 Identifikasi dan Operasional Variabel 41
3.7 Teknik Analisis Data 43

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 49
4.1. Peofile UMKM *HANDMADE* Tas Aya_Ko 49
4.2. Visi dan Misi UMKM HANDMADE Tas Aya_Ko 50
4.3. Struktur Organisasi UMKM *HANDMADE* Tas Aya_Ko 50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52
5.1. Hasil Penelitian 52
5.2. Pembahasan Penelitian 69
BAB VI PENUTUP 74
6.1. Kesimpulan 74
6.2. Saran 75
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target penjualan dan pencapaian *Handmade* Tas Aya_Ko 2020-2023 3
Tabel 1.2 Produk Yand di Jual *Handmade* Tas Aya_Ko 6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 30
Tabel 3.1 Identifikasi dan Operasional Variabel..... 42
Tabel 3.2 Alternative Jawaban Skala Likert 44
Tabel 3.3 Kelas Interval 44
Tabel 5.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 52
Tabel 5.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 53
Tabel 5.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 54
Tabel 5.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Tas 54
Tabel 5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Harga 55
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk 57
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan..... 58
Tabel 5.8 Uji Validitas Variabel Harga..... 60
Tabel 5.9 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk 60
Tabel 5.10 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan..... 61
Tabel 5.11 Uji Reliabilitas 62
Tabel 5.12 Hasil Uji Normalitas 62
Tabel 5.13 Hasil Uji Multikolinieritas 63
Tabel 5.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas 64
Tabel 5.15 Hasil Analisis Linier Berganda..... 64
Tabel 5.16 Hasil Koefisien Determinasi 66
Tabel 5.17 Hasil Uji F Simultan 67
Tabel 5.18 Hasil Uji t Parsial 68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Handmade Tas Aya_Ko..... 6
Gambar 1.2 Akun Media Sosial Handmade Tas Aya_Ko 9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... 51

BAB I

PENDAHULUAUN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu usaha, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi penyediaan lapangan kerja maupun kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha produksi atau industri kecil menjanjikan masa depan yang menggembirakan. Salah satunya yaitu usaha produksi atau proses pembuatan suatu barang, contohnya adalah produk *handmade* tas aya_ko.

Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun bahan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam perundang-undangan No.20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM dibedakan masing-masing meliputi usaha mikro,usaha kecil, dan usaha menengah. Berdasarkan data Badan Pusat Statiska (BPS) terlihat bahwa jumlah pelaku UMKM di indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan sejak tahun 2014. UMKM mempunyai potensi untuk meningkatkan potensi perekonomian suatu daerah melalui budaya dan kearifan lokal, namun kenyataannya sebagaian masyarakat masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup menjalankan kegiatan usaha.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat daerah, memenuhi kebutuhan produk dalam negeri, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan nilai tambah yang berdampak pada semakin berkurangnya kemiskinan dan perubahan kondisi perekonomian.Pekanbaru merupakan wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu 68.728 UMKM. Banyaknya usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di kota Pekanbaru, salah satunya adalah usaha industri *handmade* tas aya_ko.

Perkembangan UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko berdiri Sejak pertengahan tahun 2017 dengan konsep awal adalah memproduksi tas tas sederhana seperti tas bekal dan tas jenis *Tote* serta dompet dompet kecil. Umkm ini beralamat di Jl.Cipta Karya ujung perumahan villa gading permai blok A25 GG matahari 1 RT 04 RW 10 kelurahan Sialang munggu Pekanbaru Riau. Seiring dengan permintaan yang menampilkan ciri khas Riau, akhirnya kami mencoba menampilkan tas *Tote* berbahan dasar songket dan Alhamdulillah mendapatkan respon yang bagus di pasaran. Selanjutnya Aya_ko mulai menciptakan berbagai desain tas dengan memasukkan sedikit unsur Wastra Riau seperti batik dan songket Riau. Dalam upaya pemakaian bahan bahan natural, Aya_ko juga menampilkan tas berbahan dasar Goni natural dan juga mendapatkan respon yang bagus di pasaran.

UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko sebagai salah satu pelaku usaha di bidang fashion (tas *hanmade*) menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia di

pasar, penting bagi UMKM *Handmade* Aya_Ko untuk memahami bagaimana harga dan kualitas pelayanan yang mereka tawarkan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelanggan cenderung membandingkan harga produk dengan kualitas yang ditawarkan. Jika pelanggan merasa bahwa kualitas produk dan layanan yang mereka terima sebanding dengan harga yang mereka bayarkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, jika harga dianggap terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas, pelanggan dapat merasa kecewa dan beralih ke kompetitor.

Tabel 1.1
Target Penjualan dan Pencapaian *Handmade* Tas aya_ko
Tahun 2020-2023

No	Tahun	Target (unit)	Realisasi (unit)	Persentase
1	2020	2.000	1.100	55%
2	2021	3.000	1.600	53%
3	2022	2.500	1.500	60%
4	2023	3.100	2.000	65%

Sumber: Data diolah melalui aya_ko (2024)

Berdasarkan pada tabel 1 di ketahui bahwa data penjualan tas aya_ko tidak memenuhi target penjualan yang diharapkan.dalam kurun waktu tahun 2020 hingga 2023. Target penjualan tas aya_ko tidak tercapai sesuai dengan yang diharapkan pada beberapa tahun terakhir.meskipun ada peningkatan dari tahun ke tahun, pencapaian penjualan pada setiap tahun tidak memenuhi target yang telah ditetapkan.

Berdasarkan tabel di atas, penjualan tas aya_ko mengalami ketidak stabilan dengan fluktuasi antara tahun ke tahun. Pada tahun 2020, pencapaian penjualan hanya mencapai 55% dari target yang itetapkan. Hal ini sedikit lebih baik pada tahun 2021 dengan pencapaian 53% dan pada tahun 2022 mencapai 60%, namun tetap di bawah terget yang telah direncanakan. Peningkatan signifikan terjadi pada tahun 2023 dengan pencapaian 65%,namun masih belum mencapai target yang ditentukan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan dalam penjualan setiap tahunnya, produsen aya_ko perlu memperhatikan ketidak stabilan yang ada dan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian target penjualan. Keberhasilan yang dicapai pada tahun 2023 memberikan harapan adanya perubahan tren positif dalam stetegi pemasaran dan distribusi produk.

Untuk dapat memenuhi target penjualan yang lebih tinggi pada tahun- tahun mendatang, produsen harus mengatasi lebih dalam mengatasiperilaku konsumen, faktor ekternal yang berengaruh, dan mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan dalam stregi pemasaran yang lebih diterapkan selama ini. Upaya perbaikan seperti novasi produk, eningkatan ualitas layanan, dan pemanfatan teknologi dalam asaran digital dapat menjadi salah satu solusi yang perlu dipertimbangkan. Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk memberikan rekomendasi stategi guna membantu aya_ko mencapai target penjualan yang lebih optimal di masa yang akan datang.

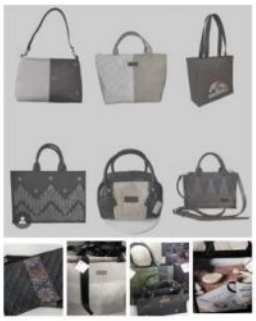
Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan kinerja produk dan jasa terhadap ekspektasi konsumen, apabila kinerja produk memenuhi ekspektasi konsumen maka konsumen akan puas begitu sebaliknya Usvela et al., (2019). Kepuasan pelanggan menjadi keberhasilan strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Mengukur kepuasan menjadi sesuatu yang cukup sulit karena akan dihubungkan dengan berbagai ekspektasi konsumen yang berbeda-beda sehingga memerlukan kriteria khusus untuk mengukurnya. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan tercapai maka ini menjadi potensi jangka panjang dan jangka pendek yang baik bagi perusahaan serta berdampak adanya pembelian ulang (Sonatasia et al., 2020).

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis. (Nizam Ulul Azmy & Yustina Chrismardani, 2023).

Faktor harga juga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Harga merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan. Karena

harga merupakan alat yang dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armtrong (2018;08). Harga adalah jumlah biaya atau uang yang dikenalkan untuk suatu produk atau layanan. Lebih las lagi, harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang pelanggan tingalkan untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan suatu produk.

Gambar 1.1
Produk Handamede Tas aya_ko



Tabel 1.2

Produk yang di jual *Handmade* Tas aya_ko

No	Nama Produk	Harga
1.	Dompet goni songket	Rp.55.000
2.	Dompet kulit / songket	Rp.65.000
3.	Clutch kulit pria / wanita	Rp.75.000
4.	Japanese knot bag	Rp.118.000
5.	Tote bag goni bordir	Rp.128.00
6.	Femine pouch	Rp.125.000
7.	Ayako mini tote	Rp.135.000
8.	Tas songket ayako	Rp.142.000
9.	Anaya tote bag songket	Rp.150.000
10.	Connie sling bag	Rp.150.000
11.	Custom nama songket	Rp.166.000
12.	Curvy sling bag	Rp.175.000
13.	Ayako jute bag	Rp.185.000
14.	Puan tote bag	Rp.200.000
15.	Mini hobo bag	Rp.225.000
16.	deliya bag	rp.250.000
17.	Hobo bag goni kombinasi songket	Rp.300.000
18.	Altha sling bag	Rp.350.000

Sumber: Data diolah melalui aya_ko (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui penetapan harga-harga beberapa produk *Handmade* Tas Aya_Ko. Data harga ini akan mencakup beberapa katagori tas, seperti tas ransel, tas selempang, tas tangan dan dompet. Menurut konsumen, harga sering digunakan sebagai penentu nilai karena harga dihubungkan dengan manfaaat yang didapat atas suatu produk dengan konsumen beli, konsumen selalu mebandingkan harga dari masing-masing prousen dan mencari mana yang palingefisien. Dalam penetapan harga *Handmade* Tas Aya_ko menetapkan harga dasar kankualitas dari produk yang diberikan dan diinginkan konsumen. *Handmade* Tas Aya_Ko juga selalu memberikan diskon disetiap pembelian, seperti onsumen non member yang berbelanja ke toko akan mendaptkan diskon serta promo saat pembelian atau dalam kondisi tertentu.

Faktor yang mempengaruhi perbedaan harga dengan produk lainya seperti bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tas. Menggunakan bahan kulit asli atau bahan premium seperti kanvas, goni songket, goni bordir, desain dan detail pengerjaan yang lebih rumit juga dapat mempengaruhi harga tas, ukuran dan fungsionalitas, proses pembuatan dan waktu produksi ini bisa berpengarh pada harga, merek dan branding merek yang sudah dikenal dan memiliki reputasi baik.

Harga tas *handmade* aya_ko mungkin memiliki harga yang bervariasi berkisar antara paling murah dan sampai paling mahal adalah sekitar Rp.50.000 hingga Rp.1.000.000, tergantung pada bahan, desain dan ukuran pada tas. Disisi lain mungkin tas handmade dari merek lain seperti Riau Crafts atau *handmade* Pekanbaru, bisa memiliki harga bervariasi mulai dari paling murah hingga

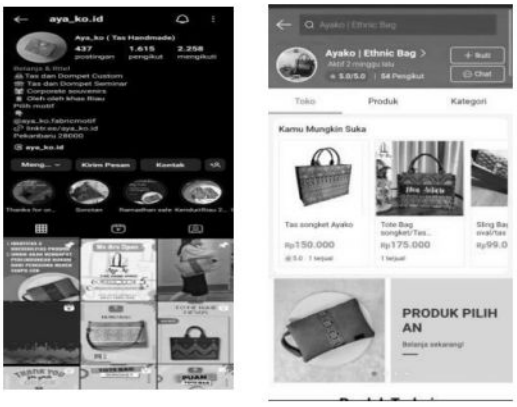
paling mahal adalah sekitar Rp.100.000 hingga Rp. 1.500.000 untuk produk yang setara.

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk didefinisikan sebagai "kemampuasn suatu produk untuk menjalankan fungsinya. Ini mencakup keseluruhan daya tahan dan keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk atribut berharga lainnya". Berdasarkan informasi ini, kualitas produk dapat dipahami sebagai karakteristik produk barang atau jasa yang mampu memuskan suatu kebutuhan, yaitu kombinasi dari keandalan, akurasi, kenyamanan, dan pemeliharaan suatu produk (setyo,2017).

Kualitas produk inilah yang harus menjadi perhatian utama suatu usaha bagi pengusaha, karena kualitas produk sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen yang menjadi tujuan daru kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.kualitas menunjkkan tingkat kemampuan suatu merek atau produk untuk menjalankan fungsi tertentu. Dalam mengembangan suatu produk untuk menjangkau pasar yang diinginkannya, produsen harus menyiapkan sebuah produk yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen.oleh karena itu, suatu perusahaan harus berusaha merebut hati seorang konsumen untuk mempercepat produksi. Konsumen pada umumnya menginginkan produknya yang memuskan dan berkualitas. Produk adalah setiap yang dapat dipasarkan untuk mendapatkan perhatian, kepemilikan, penggunaan, atau dikonumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Dalam hal ini, persediaan produk yang terbatas dianggap dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat

berupa objek, rasa, tindakan, seseorang, tempat, organisasi dan ide dimana produk akan memiliki nilai lebih di mata konsumen apakah memiliki keunggulan dibandingkan produk lainnya yang sejenis. (Wardina & Fuadilah Habib, 2023).

Gambar 1.2
Akun media sosial *handmade* tas aya_ko



UMKM kerajinan tas telah menerapkan berbagai stategi untuk bertahan dan berkembang. Di kelurahan sialangmunggu, misalnya para pelaku UMKM telah mengembangkan produk tas ayaman dengan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Persaingan harga menjadi salah satu tantangan utama bagi pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha harus bersaing dengan produk luar kota yang seringkali menawarkan harga lebih rendah. Hal ini menyebabkan penurunan pendapatan bagi para pengrajin tas di daerah tertentu. Aya_ko mencatat penurunan penjualan dari Rp 87.449.428 pada tahun 2020 menjadi Rp 87.250.954 pada tahun 2021. Untuk mengatasi tantangan ini, banyak UMKM mulai berinovasi dalam produk dan stategi pemasaran mereka. Penerapan teknologi digital untuk pemasaran menjadi penting, terutama selama pandemi ketika interaksi fisik dibatasi. Pelatihan mengenai penggunaan media sosial dan e-commerce menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas

produk. Keberadaan UMKM kerajinan tas juga memberikan dampak positif terhadap masyarakat lokal. Banyak ibu rumah tangga yang terlibat dalam produk tas *hanmade* sebagai sumber pendapatan tambahan, yang membantu memenuhi kebutuhan ekonomi kelurga mereka. Namun, penting untuk meningkatkan kualitas hidup secara signifikan.

Untuk itu timbul pernyataan apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu maka penulis mencoba meneliti apakah kualiats produk yang mana memiliki keunggulan produk dalam bahan dan juga bentuk dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk tersebut, dan apakah harga yang ditetapkan pada produk tersebut sudah sesuai dengan kualitas produknya. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik ingin membuktikan apakah Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus UMKM *Handmade* Tas Aya_ko). Dalam sebuah judul: **"PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS UMKM *HANDMADE* TAS AYA_KO)"**

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada umkm aya_ko?
2. Apakah kualitas produk efektif terhadap kepuasan pelanggan pada umkm aya_ko?

3. Apakah kualitas harga dan kualitas produk berdampak pada kepuasan pelanggan pada umkm aya_ko?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. TUJUAN PENELITI

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis membuat tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada umkm *handmade* tas aya_ko
2. Untuk menganalisi pada kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada umkm *handmade* tas aya_ko
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada umkm *handmade* tas aya_ko.

1.3.2. MANFAAT PENELITI

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan dalam pengimpelentasikan stategi dan kebijakan yang berlaku di UMKM *Handmade* tas Aya_ko dengan memperhatkan harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan agar dapat menimbulkan kepuasan pembelian konsumen.

2. Bagi peneliti

   Peneliti ini sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan dan

mengembangkan ilmu pengetahuan tentang variabel-variabel yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi pihak lain

   Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk melanjutkan penelitian ilmiah dan menambah wawasan dan pengetahuan.

1.4. SISTEMATIKA PENELITIAN

Dalam penelitian, sistematika penulisan yang penulis sajikan adalah terdiri dari tiga bab yang membahas masing-masing dari pokok permasalahn sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II :TELAAH PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada bab ini menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan objek penelitia yang meliputi pengertian pemasaran,konsep pemasaran,penetapan harga, tujuan kualitas pelayanan, faktor yang empegaruhi kualitas pelayanan, tipe perilaku konsumen/pelangganpengukuran kepuasan pelanggan kemudian akan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB I I I : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari objek penelitian yang akan diteliti, populais dan sampel penelitian, Teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data yang akan diambil, Teknik pengambilan data, indentifikasi dan operasionalisasi variabel dan Analisa data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK

Bab ini merupakan bab yang menggambarkan sejarah singkat produk aya_ko,harga dan kualitas pelayan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada umkm *handmade* tas aya_ko.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan hasil dari hasil penelitian dan rekomendasi yang diajukan kepada pihak tertentu yang bisa b e r m a n f a a t bagi pihak umkm *handmade* tas aya_ko

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian yaitu:

1. Harga secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko. Hasil analisis menjelaskan semakin tepat harga yang ditentukan oleh UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
2. Kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko. Hasil analisis menjelaskan semakin baik kualitas produk oleh UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Harga dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 58,7%, sedangkan 41,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor luar yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran dalam penelitian yaitu:

1. UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko harus menganalisis tentang persepsi konsumen terhadap kesuaian harga dan kebutuhan dari konsumen. Kondisi ini penting untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan benar-benar mencerminkan nilai produk di mata konsumen. Penyesuaian harga dengan kemampuan pelanggan bertujuan semua pelanggan mampu membeli produk *Handmade* Tas Aya_Ko. UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa Tas Aya_Ko memiliki ketahanan yang bagus, walaupun ada penurunan harga karena disesuaikan dengan kemampuan daya beli pelangga.
2. UMKM *Handmade* Tas Aya_Ko harus mengkaji sejauh mana harga produk mencerminkan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan teori perilaku konsumen dan nilai persepsi (perceived value), serta menjadi referensi bagi studi-studi serupa di bidang ekonomi kreatif.
3. MKM *Handmade* Tas Aya_Ko harus mengidentifikasi segmen pasar berdasarkan daya beli dan kebutuhan konsumen, kemudian merancang strategi penetapan harga yang sesuai. Penelitian ini penting secara praktis untuk

membantu UMKM meningkatkan keterjangkauan produk dan memperluas pasar, sekaligus memperkuat posisi merek di tengah persaingan.

4. Penelitian berikutnya supaya menambahkan variabel *independen* dalam penelitian seperti *discount*, promosi, harga dan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

Aditia, Aditia, Anton Tirta Komara, Nita Yura Roslina, and Lungguh Jatmika. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." Acman: Accounting and Management Journal 1(2):104–14. doi: 10.55208/aj.v1i2.25.

DINDA, U. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ukm Mart Koperasi …*.

Hadiyati.(2017)Pengantar Manajemen. Pekanbaru:CV. Karya Nova

Herlambang, Alfian Sulistyo, and Edi Komara. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan)." Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking) 7(2):56. doi: 10.35384/jemp.v7i2.255.

Hutabarat, N. R. M. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Di PT. Telkom Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Marelan). *Journal Stiayaappi Makassar*, *3*.

Indrasari, M. (2019). pemasaran & kepuasan pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11). unitomo press.

Kafifah, N., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang. *Jurnal Economina*, *2*(10), 2898–2908. https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.912

Kotler dan armstrong.2016.prinsip-prinsip.jilid 1 dan 2 .edisi 12.jakarta : erlangga.

Kotler Dan Keller. 2020. Manajemen Pemasaran.Jilid 1 Edisi Ke 13.Jakarta: Erlangga.

Kotler Dan Keller.2014.Buku Prinsip-Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1 & 2.Edisi Ke 13.Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Halaman 133-134

Kuwat. 2023. "Pengaruh Penetapan Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Abstrak Pendahuluan Perkembangan

Dunia Usaha Dan Bisnis Saat Ini Tumbuh Dengan Pesat , Berdampak Pada Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Indeks Kepuasa." 01(01):30–37.

Lingga Ramadan, Arya Rama, Wiewiek Indriani, and Lestari Wuryanti. 2024. "Analisis Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, Personel, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Magerjek (Transportasi Ojek Online Liwa)." Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE) 1(4):771–85. doi: 10.59407/jmie.v1i4.905.

Manik, Cornelia Dumarya, and Yosef Andreas Simaptupang. 2023. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pava Mandiri Makmur Tanggerang Selatan." PERKUSI : Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia 3:38.

Nizam Ulul Azmy, & Yustina Chrismardani. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *4*(1), 224–236. https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034

Pauzy, D. M., Wibawa, G. R., & Arif, A. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kelom Sheny Di Kota Tasikmalaya. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *11*(1), 73–81. https://doi.org/10.35145/procuratio.v11i1.2765

Permatasari, Desy, and Tri Harsini Wahyuningsih. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta." Journal Stimykpn 1(1):99–114.

Pulumbara, Gracia Florentina, and Bahrul Ulum Latief, Ilham. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea." Jurnal Manuver 1(1):76–92.

Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *7*(2), 21–30. https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286

Setiawan, M. W., Zulfikarijah, F., & Sa, C. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Batik Sendang di Kabupaten Lamongan*. *06*(1), 79–86.

Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran Usaha Wisata. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 6.

Sugiyono. 2016 Metode Penelitian Manajemen (4th Ed). Bandung:Alfabeta

Sugiyono. & 2017 Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R D. Bandung:Alfabet

Sugiyono.2015.Metode Penelitian Kombinasi (Mixmethods).Bandung:Alfabeta Puchase Decision

Suwikromo, Ratih Mirpay, Agus Supandi Soegoto, and Imelda W. .. Ogi. 2022. "Analisis Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Air Manado." Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 10(3):410. doi: 10.35794/emba.v10i3.42278.

Tjiptono Fandy,2015.Stretegi Pemasaran,Edisi 4.Jogyakarta:Andi Jurnal:

Tjiptono,F.,& Diana A.(2020).Pemasaran.Yogyakarta:Penerbit ANDI

Wanda Wahidah, and Rayuwanto. 2023. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." Journal of Trends Economics and Accounting Research 4(1):65–72. doi: 10.47065/jtear.v4i1.860.

Wardina, H., & Fuadilah Habib, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga, terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Jajanan Pasar Sari Roso di Kabupaten Blitar. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, *3*(3), 1023–1040. https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5440

Yoanistha Yuliani Eltantian, Yoseph Darius Purnama Rangga, and Nunsio Handrian Meylano. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Rindu Lokaria." Jurnal Projemen UNIPA 10(3):91–103. doi: 10.59603/projemen.v10i3.153.