

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Minuman Le Minerale di Tembilahan

The Effect Of Product Quality And Price On Consumer Satisfaction Of Le Minerale Drinks in Tembilahan

¹Siti Aisyah*, ²Yaswar Aprilian, ³SM. Guntur

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri

^{1,2,3}Jl. H.R. Soebrantas, Indragiri Hilir, Riau, Indonesia

e-mail: sitiaisyah882005@gmail.com, yaswartbh18f@gmail.com, guntur.al.qudshy@gmail.com

(received: 06 Mei 2026, revised: 08 Mei 2026, accepted: 10 Mei 2026)

Abstrak

Persaingan industri air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen minuman Le Minerale di Tembilahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi sebesar 70,7% menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, AMDK.

Abstract

The competition in the bottled drinking water industry in Indonesia is increasing, requiring companies to understand the factors influencing consumer satisfaction. This study aims to analyze the effect of product quality and price on consumer satisfaction of Le Minerale in Tembilahan. This research uses a quantitative approach with descriptive and verificative methods. The sample consists of 100 respondents selected using random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that product quality and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both partially and simultaneously. The coefficient of determination of 70.7% indicates a strong contribution of both variables to consumer satisfaction.

Keywords: product quality, price, consumer satisfaction

1. Pendahuluan (on introduction)

Industri air minum dalam kemasan (AMDK) mengalami pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk yang praktis, higienis, dan aman dikonsumsi. Perubahan gaya hidup modern menyebabkan masyarakat lebih memilih produk yang mudah didapat dan siap konsumsi. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi produk, kualitas, serta strategi penetapan harga.

Le Minerale merupakan salah satu merek AMDK yang berkembang pesat di Indonesia dan mampu bersaing dengan merek-merek yang telah lebih dahulu hadir. Keunggulan produk seperti kandungan mineral alami, rasa yang khas, serta kemasan yang aman menjadi nilai tambah bagi konsumen. Namun demikian, keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas saja, tetapi juga oleh persepsi konsumen terhadap harga.

Kepuasan konsumen menjadi indikator utama dalam keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk pesaing.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam konteks ini, kualitas produk dan harga merupakan dua faktor utama yang sering menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen pada minuman Le Minerale di Tembilahan.

2. Tinjauan Literatur

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja produk melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, sedangkan jika di bawah harapan maka akan menimbulkan ketidakpuasan.

Kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan atribut lainnya. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Harga tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar, tetapi juga sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi kualitas rendah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Demikian juga dengan harga yang sesuai akan meningkatkan persepsi nilai sehingga berdampak pada kepuasan. Namun demikian, hasil penelitian dapat berbeda tergantung pada konteks dan objek penelitian.

Berdasarkan kajian literatur tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Lokasi penelitian dilakukan di Tembilahan dengan objek penelitian konsumen yang mengonsumsi Le Minerale.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Le Minerale yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik random sampling.

Data yang digunakan terdiri dari:

- Data primer: diperoleh melalui kuesioner
- Data sekunder: diperoleh dari literatur dan sumber pendukung

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian. Variabel penelitian terdiri dari:

- Kualitas produk (X1)
- Harga (X2)
- Kepuasan konsumen (Y)

Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan model:

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

Pengujian dilakukan melalui:

- Uji validitas dan reliabilitas
- Uji asumsi klasik
- Uji t (parsial)
- Uji F (simultan)
- Koefisien determinasi (R²)

4. Hasil dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan mayoritas berjenis kelamin perempuan (59%) dan usia dominan 21–25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia produktif merupakan konsumen utama produk AMDK.

b. Analisis Variabel Kualitas Produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata tinggi. Indikator yang paling dominan adalah kesegaran produk, sedangkan indikator terendah adalah persepsi higienitas. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan komunikasi terkait aspek kebersihan produk.

c. Analisis Variabel Harga

Harga dinilai cukup kompetitif oleh konsumen. Indikator tertinggi adalah kesesuaian harga dengan produk sejenis, sedangkan indikator terendah adalah kemudahan akses produk. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi produk masih perlu ditingkatkan.

d. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

e. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas apabila harga sesuai dengan kualitas yang diterima.

f. Pengaruh Simultan

Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi sebesar 70,7% menunjukkan bahwa sebagian besar kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

g. Pembahasan

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan konsumen. Keunggulan penelitian ini terletak pada konteks lokal yang memberikan gambaran nyata perilaku konsumen di Tembilahan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Kualitas produk yang baik serta harga yang kompetitif menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan disarankan untuk terus menjaga kualitas produk serta meningkatkan distribusi agar produk lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

Referensi

- [1] Alma, B. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- [2] Aprillian, D. (2018). *Pengantar Bisnis*. Trussmedia Grafika.
- [3] Ardiansyah. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Kopi Merk Kapal Api Di Kantor Mabes Polri Jakarta Selatan. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Depok Indonesia.
- [4] Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- [5] Arinawati. (2021). Kualitas produk dan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(2), 33–41.
- [6] Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). Data Penjualan Air Minum Dalam Kemasan. Jakarta : Rineka Cipta
- [7] Buchari, A. (2006). *Manajemen pemasaran*. Alfabeta.
- [8] Deil. (2017). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Minuman Isotonik Mizone*. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik, Atma Jaya, Jakarta, Indonesia.
- [9] Dr. Hj. Eva Saudari, SE.,MM.,C.R.B.C dan Imam Hanafi, SE.,MM, (2023). *Manajemen*

Pemasaran. Riau : UIR PRESS

- [10] Desi Ratnasari. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Minuman Isotonik Mizone Di Tembilahan*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Indragiri.
- [11] Fadhil, A., & Pratiwi, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 55–64.
- [12] Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.