MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH HARGA JUAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT INDOMARCO PRISMATAMA TBK (STUDI KASUS PADA INDOMARET FRESH KOTA BANJARMASIN)

Anida[1], Khuzaini[2], Abdurrahim[3]
Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Indonesia

Email: anida0202@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga jual dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indomarco Prismatama Tbk (Studi Kasus pada Indomaret Fresh Kota Banjarmasin), baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah konsumen Indomaret Fresh Kota Banjarmasin dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, secara simultan harga jual dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,835 menunjukkan bahwa variabel harga jual dan kualitas produk mampu menjelaskan sebesar 83,5% variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 16,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, perusahaan perlu mempertahankan strategi penetapan harga yang kompetitif serta terus meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga jual, kualitas produk, kepuasan konsumen.

Article history
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis ritel modern di Indonesia semakin pesat sehingga mendorong perusahaan untuk meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran yang tepat. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen adalah penetapan harga jual yang sesuai dan kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen. PT. Indomarco Prismatama Tbk melalui Indomaret Fresh Kota Banjarmasin berupaya memberikan harga yang kompetitif serta menyediakan produk berkualitas guna mempertahankan kepuasan pelanggan. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting karena produk yang berkualitas akan memberikan manfaat sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan. Kepuasan konsumen merupakan indikator penting bagi perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Ariani dan Oetama (2023), Ayunani et al. (2023), serta Ertanto (2024) membuktikan bahwa harga yang sesuai dan kualitas produk yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga jual terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, serta pengaruh harga jual dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indomarco Prismatama Tbk (Studi Kasus pada Indomaret Fresh Kota Banjarmasin).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga jual dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui analisis statistik. Pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian dilaksanakan di Indomaret Fresh Kota Banjarmasin yang beralamat di Jalan Ahmad Yani Km 4, Kelurahan Pemurus Luar, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Fresh Kota Banjarmasin. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (infinite population), maka penentuan sampel menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan metode Accidental Sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel harga jual, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap pernyataan layak digunakan dalam penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses analisis dilakukan menggunakan program SPSS versi 25 untuk mengetahui besarnya pengaruh harga jual dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen Indomaret Fresh Kota Banjarmasin. Seluruh responden telah memenuhi kriteria penelitian, yaitu pernah melakukan pembelian di Indomaret Fresh dan bersedia mengisi kuesioner. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan frekuensi pembelian untuk memberikan gambaran mengenai profil konsumen. Selanjutnya, dilakukan pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel harga jual, kualitas produk, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam penelitian. Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data telah memenuhi asumsi klasik sehingga analisis regresi linear berganda dapat dilakukan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh bahwa variabel harga jual dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 8,498 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 dan

nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Variabel kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 9,051 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga jual dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 245,730 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,835, yang berarti bahwa variabel harga jual dan kualitas produk mampu menjelaskan 83,5% variasi kepuasan konsumen. Adapun 16,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi, maupun faktor lainnya.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Fresh Kota Banjarmasin. Harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk memberikan persepsi nilai yang baik bagi konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2018) yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat suatu produk. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Ariani dan Oetama (2023) serta Ertanto (2024) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selain harga jual, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik, aman, dan sesuai harapan akan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan. Hasil ini sesuai dengan pendapat Tjiptono dan Chandra (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Penelitian Maharani dan Alam (2022) serta Fakhriah et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Secara simultan, harga jual dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga yang kompetitif tanpa didukung kualitas produk yang baik tidak akan memberikan kepuasan secara maksimal, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, Indomaret Fresh Kota Banjarmasin perlu mempertahankan kebijakan harga yang sesuai serta terus meningkatkan kualitas produk agar kepuasan konsumen tetap terjaga dan loyalitas pelanggan semakin meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indomarco Prismatama Tbk (Studi Kasus pada Indomaret Fresh Kota Banjarmasin). Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produk mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik dan mampu memenuhi harapan konsumen akan memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Secara simultan, harga jual dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam upaya meningkatkan

kepuasan serta mempertahankan loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, PT. Indomarco Prismatama Tbk melalui Indomaret Fresh Kota Banjarmasin diharapkan dapat mempertahankan strategi penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan perlu terus menjaga serta meningkatkan kualitas produk agar kepuasan konsumen tetap terpelihara. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi, atau citra perusahaan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif

DAFTAR PUSTAKA

Ariani, S., & Oetama, S. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Percetakan M2 di Sampit. Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 8(2), 156–164.

Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Solusi, 21(3), 577–588. https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7079

Ertanto, B. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk Wafer Nabati di Toko Zaina di Sampit. Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 9(2), 175–181.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (8th ed.). London: John Wiley & Sons.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). Pemasaran Strategik: Domain, Determinan, Dinamika (5th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.