

Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saus Lombok Mas Pada CV. Indosari Lombok Mas Di Lampung Tengah

Nanda Feby Chatrina¹, Suwanto²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

Email: Nandaveby23@gmail.com

Abstrak

Tingkat penjualan saus Lombok Mas mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak stabil setiap bulannya. Tingkat penjualan ini menunjukkan gambaran kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Sehingga, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saus Lombok Mas Pada CV. Indosari Lombok Mas Di Lampung Tengah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data diperoleh dari hasil kuisioner kepada 104 responden yang diambil menggunakan rumus dari slovin. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (Statistical Packages for the Social Science) Versi 20..Analisa data penelitian dilakukan dengan menggunakan Pengujian Persyaratan Instrument, Pengujian Persyaratan Analisis dan Pengujian Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, ketersediaan produk dan kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi harga, ketersediaan produk dan kemasan dapat mempengaruhi perasaan konsumen, maka kepuasan untuk membeli produk tersebut akan meningkat.

Kata Kunci: Harga, Ketersediaan Produk, Kemasan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The level of sales of Lombok Mas sauce has increased and decreased unstable every month. This level of sales shows a picture of the satisfaction felt by consumers. Thus, this study aims to determine the effect of price, product availability, and packaging on customer satisfaction with Lombok Mas Sauce in CV. Indosari Lombok Mas in Central Lampung. This type of research is quantitative research. Data collection was obtained from the results of questionnaires to 104 respondents who were taken using the formula from Slovin. The data analysis method used in this study is SPSS (Statistical Packages for the Social Science) Version 20. Data analysis was carried out using Instrument Requirements Testing, Analysis Requirements Testing and Hypothesis Testing. The results show that price, product availability and packaging have a positive and significant effect on customer satisfaction. This indicates that if the perception of price, product availability and packaging can affect consumer feelings, the satisfaction to buy the product will increase.

Keywords: Price, Product Availability, Packaging, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi mengalami Era globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis diseluruh dunia. Dalam menghadapi persaingan globalisasi di Indonesia perusahaan maupun industri dituntut untuk lebih efektif dan efisien. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar

mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan- perusahaan lain maupun industri yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan maupun industri yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan. Tingkat persaingan dalam bidang usaha di Indonesia semakin ketat karena setiap perusahaan selalu bersaing untuk dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan adanya persaingan ini, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan.

Indonesia terkenal sebagai surganya aneka makanan atau kuliner. Saat ini perkembangan kuliner sangat pesat karna setiap orang sangat membutuhkan makanan untuk asupan sehari-hari. Dengan begitu berbagai ragam makanan banyak dijual dan diburu oleh konsumen salah satunya makanan yang menggunakan tambahan bumbu seperti bakso, mie ayam, dan lain-lain. Masyarakat Indonesia seringkali menambahkan saus sambal dalam makanannya. Saus sambal merupakan produk makanan yang berupa cairan kental yang ditambahkan pada makanan yang berfungsi untuk meningkatkan penampilan makanan, aroma dan rasa makanan. Sekarang ini beragam merek saus sambal bermunculan dengan berbagai macam rasa, jenis, bentuk, dan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing. Sejak lama ada salah satu merek yang digemari oleh sebagian masyarakat, merek saus sambal itu adalah merek LombokMas. Produk saus sambal selalu dapat menyesuaikan perkembangan jaman dan keinginan dari konsumen agar produknya tetap laku di pasaran. Sudah lama saus sambal Lombok Mas berada di pasar dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen. Penambah cita rasa dalam makanan jenis saus sambal saat ini sangat mudah didapatkan karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Harga dan ketersediaan produk merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian.

Selain harganya yang terjangkau, kemasan dari produk tersebut juga sangat fleksibel. Kemasan merupakan bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan terhadap benda lain. Setiap bentuk barang yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan packaging atau kemasan sejauh hal tersebut memang melindunginya. Kemasan yang digunakan saus Lombok Mas yaitu dengan menggunakan plastik isi ulang yang praktis dengan desain menarik sesuai dengan identitas produk itu sendiri dan ada tambahan packaging kardus bila produk akan dikirimkan ke luar kota. Penggunaan kardus itu sendiri hanya untuk melindungi packaging plastik dalam pengiriman agar produk saus tidak rusak dalam pengiriman. Meski memakai kemasan plastik, produknya tetap tahan lama. Proses produksinya pun higienis dan perusahaan selalu mengelola ketersediaan produk agar perusahaan dapat mendistribusikan produk ke konsumen secara langsung. Mendapat produk yang murah dengan kemasan yang praktis, distribusinya cepat dapat membuat konsumen merasakan kepuasan pelanggan terhadap saus Lombok Mas.

Dalam membuat kepuasan pelanggan tentunya mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti harga, ketersediaan produk, dan kemasan. Harga merupakan 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 tertentu. Harga yang sesuai dengan produknya, akan menimbulkan minat beli konsumen. Sedangkan ketersediaan produk adalah asset perusahaan yang disimpan untuk dijual dan mendapat keuntungan. Ketersediaan produk untuk menghadapi kemungkinan terjadi fluktuasi permintaan dari pelanggan yang sulit diperkirakan. Ketersediaan barang ini lebih bersifat untuk berjaga-jaga terhadap permintaan konsumen, ketika permintaan meningkat tetapi produk tidak ada akan mengecewakan konsumen dan itu adalah kerugian bagi perusahaan. Tetapi dengan adanya ketersediaan barang dan di kala

permintaan meningkat perusahaan akan tetap bisa memberikan permintaan produk tersebut dan memuaskan pelanggan.

Apalagi ditambah dengan kemasan yang praktis, pemilihan kemasan sangat penting karena kemasan merupakan wadah atau sarana pembungkus produk yang mempunyai fungsi ganda. Selain dapat membantu mencegah dan mengurangi kerusakan disaat distribusi barang, kemasan juga berperan dalam menentukan keputusan konsumen untuk melihat atau bahkan membeli produk tersebut. Kemasan produk sangat penting, kemasan yang berkesan yang mampu mempengaruhi persepsi akan pelanggan kembali lagi atau loyal dan pelanggan akan merasa puas. Fenomena yang saat ini sedang terjadi adalah beragamnya merek saus yang berada dipasaran, membuat banyaknya masyarakat yang ingin mencoba memakai setiap merek saus guna untuk merasakan dan menikmatinya. Tidak menutup kemungkinan seorang konsumen untuk mencoba setiap merek saus yang ada. Sehingga hal ini menjadikan problem yang harus dihadapi oleh perusahaan untuk selalu memenuhi kebutuhan dan mempertahankan pelanggan serta untuk terus memperluas pangsa pasar.

CV. Indosari Lombok Mas merupakan perusahaan industri yang berkontributif di wilayah Adipuro, Lampung Tengah. Pertumbuhan penjualan saus sambal di wilayah pemasaran CV. Indosari Lombok Mas tumbuh dengan pesat, berbagai strategi dan program dilakukan untuk meningkatkan dominasi merek Lombok Mas di wilayah tersebut. CV. Indosari Lombok Mas juga berupaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di seluruh jaringan penjualan dan saus sambal Lombok Mas. Semua ini dilakukan agar CV. Indosari Lombok Mas dapat terus tumbuh dan berkembang. Lombok Mas merupakan saus yang memiliki kualitas baik dengan semua item telah memiliki sertifikat halal dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan. Produk Lombok Mas telah terjamin dari segi kualitas dan keamanannya serta telah terdaftar secara resmi pada Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Data *top brand index* kelas medium tahun 2020 menampilkan performa dari produk saus Lombok Mas. *Top Brand* adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen, dengan penilaian didasarkan atas riset terhadap konsumen Indonesia.

Tingkat penjualan saus Lombok Mas mengalami tingkat penjualan fluktuatif. Tingkat penjualan yang fluktuatif merupakan tingkat penjualan yang mengalami perubahan dan tidak tetap, seperti terdapat kenaikan atau penurunan di dalam tingkat penjualan tersebut. Dapat dilihat pada bulan April dan Desember. Pada bulan April tingkat penjualan saus Lombok Mas mengalami penurunan, namun pada bulan Juni mengalami kenaikan. Pada bulan Mei tingkat penjualan saus Lombok Mas mengalami penurunan, namun pada bulan Juli mengalami kenaikan. Tingkat penjualan adalah gambaran dari kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan saus Lombok Mas pada CV. Indosari Lombok Mas di Lampung Tengah”**.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian fenomena serta hubungan-hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel konsumen yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk melakukan frekuensi dan presentase tanggapan yang mereka berikan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

A. Pengujian Persyaratan Instrument Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Naskah, 2018:36). Agar diperoleh kevalidan kuesioner, maka sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Pada uji validitas ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Teknik *Product Moment* ini adalah mengkorelasikan skor item dengan skor total. Suatu item valid atau gugur adalah dengan membandingkan antara rhitung dengan rtabel dimana rhitung lebih besardarirtabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel, yakni sebanyak 104 responden, kemudian membandingkan nilai rhitung dengan rtabel. Dengan membandingkan nilai rhitung dari hasil output (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan rtabel, jika rhitung lebih besar dari rtabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid. Pengujian ini dilakukandenganmenggunakanSPSS.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam dari subjek memang belum berubah. Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dari konsistensi respon dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumuskoefisienAlphaCronbach.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuanapakah model regresi variable dependen dan variable independen mempunyai kontribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuesioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik. Dalam uji statistik jika *probabablity value* $> 0,05$, maka H_0 diterima (berdistribusi normal) dan jika *probability value* $< 0,05$, maka H_0 ditolak (tidak berdistribusi normal). Jika menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi mengikuti asumsi normalitas.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linierity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubis.

3. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013: 276) berpendapat bahwa uji homogenitas digunakan untuk

memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi sama .untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data digunakan rumus uji F sebagai berikut :

Tarif signifikasi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka memilikivarian yang homogen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memperlihatkan bahwa para konsumen memperhitungkan aspek harga, ketersediaan produk dan kemasan dalam melakukan pembelian Saus. Faktor harga bisa menjadi faktor yang paling penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk seperti Saus. Harga suatu produk mengandung pengertian adanya kemampuan yang dimiliki oleh seorang konsumen untuk mendapatkan atau membeli produk tersebut.

Hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan perusahaan, mereka menyatakan bahwa keterjangkauan harga yang ditawarkan perusahaan berada di level middle atau ditengah-tengah yang dalam arti tidak terlalu murah dan juga tidak terlalu mahal, harga yang ditawarkan perusahaan merupakan harga yang sudah terbilang harga yang kompetitif dipasaran, jadi harga tersebut sudah bisa bersaing dengan perusahaan sejenis. Selama ini pelanggan perusahaan menyatakan bahwa harga yang diberikan perusahaan sama dengan harga yang diberikan pesaing tetapi yang membedakan adalah di kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Harga yang diberikan perusahaan sudah sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang dihasilkan.

Sehingga, Hasil Penelitian yang penulis lakukan didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gofur (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lain yang relevan yaitu yang dilakukan oleh Putri Lukitasari yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Novi Sulistiyawati harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Gaya Remaja Industri Indonesia.

2. Pengaruh Ketersediaan Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi dan perasaan konsumen atas bentuk simbol, kesesuaian para konsumen terhadap aspek-aspek yang ditawarkan akan membuat para konsumen melakukan tindakan pembelian. Ketertarikan para konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk seperti Saus ditentukan sejauh mana produk yang ditawarkan tersebut mampu memberi manfaat dan kepuasan bagi konsumen.

Berdasarkan hasil kuesioner responden perusahaan selalu menjaga komponen-komponen penting dalam meningkatkan konsistensi ketersediaan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Komponen yang paling penting tersebut adalah yaitu persediaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah produk yang sudah teruji secara mendetail agar produk yang sudah di produksi tidak mudah rusak. Yang terjadi di lapangan biasanya adalah produk yang telah di uji tersebut masih mengalami kerusakan baik itu saat di produksi maupun sudah di tangan konsumen, hal tersebut tidak boleh terjadi jika menginginkan pelanggan puas dengan produk perusahaan. Komponen yang lain yang tetap dijaga oleh perusahaan adalah

distribusi dan kelengkapan produk yang dihasilkan tidak mudah rusak serta daya tahan produk itu bisa lama dan awet dalam penggunaannya, jika komponen tersebut selalu di jaga konsistensinya maka kemungkinan besar pelanggan akan puas dengan produk yang di hasilkan.

Sehingga, Hasil Penelitian yang penulis lakukan didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giarti (2017) yang berjudul Analisis Ketersediaan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Batu Raja (Studi Kasus Konsumen Toko Bangunan Depot Delapan Sadara di Jakabaring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: adanya pengaruh antara ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Aminatuz Zuhriyah dan Shandy Widjoyo Putro yang menyatakan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.Pengaruh Kemasan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan Kemasan bisa menjadi salah satu bagian penting dalam sebuah produk. Kemasan yang digunakan sebagai pembungkus kadangkala menjadi perhatian tersendiri para konsumen yang melakukan pembelian. Para konsumen lebih cenderung menyukai kemasan produk yang praktis dan yang terpenting bisa melindungi isi dari produk yang ada di dalamnya, sementara faktor desain atau warna bisa juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian memperlihatkan banyak responden yang memandang kemasan dari Saus produk Saus Lombok Mas mempunyai desain yang menarik, dikemas dengan bahan yang baik dan tidak mudah rusak sehingga dapat melindungi isi Saus dan dikemas secara rapi.

Keanyakan responden juga menyatakan kemasan Saus Lombok Mas sesuai dengan keinginan mereka dan merasa sudah puas dengan kemasan yang digunakan serta informasi yang tertera di kemasan mampu menambah wawasan untuk membeli Saus Lombok Mas. Hasil ini memperlihatkan kemasan dari Saus Lombok Mas mampu menambah daya tarik konsumen untuk melakukan konsumsi sehingga akan membuat para konsumen melakukan pembelian Saus Lombok Mas.

Sehingga, Hasil Penelitian yang penulis lakukan didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shandi Purwoko (2020) yang berjudul Pengaruh Kemasan, Kualitas Dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: kemasan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Helmi (2017) yang berjudul Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kemasan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis yang menyatakan bahwa kemasan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Choirotunnisa dan Jaza Siti Masita yang menyatakan bahwa kemasan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.Pengaruh Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2), Dan Kemasan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, ketersediaan produk dan kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama- sama terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi harga dan kemasan dapat mempengaruhi perasaan konsumen, maka kepuasan untuk membeli produk tersebut akan meningkat. Kemudian jika persepsi akan ketersediaan produk dimana suatu dapat memenuhi spesifikasi dan dapat menjalankan fungsinya dengan sangat baik, maka akan mempengaruhi

kepuasan konsumen untuk membeli produk tersebut dan harapan konsumen akan terpenuhi sesuai keinginan konsumen, maka akan merasakan kepuasan untuk membeli produk tersebut.

Harga sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan karena harga merupakan alat untuk memberi nilai pada suatu produk, jika produk tersebut memiliki nilai yang tinggi, maka harga yg ditawarkan pada produk tersebut akan tinggi, begitu pula dengan sebaliknya. Dengan harga produk yang sesuai maka kemungkinan konsumen akan memilih dan melakukan pembelian pada produk tersebut dan akan puas terhadap produk tersebut. Ketersediaan produk adalah sebuah penyedia sesuatu atau produk yang sudah ada (sedia) yang akan digunakan untuk memuaskan permintaan konsumen. Yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut. Maka konsumen akan berusaha mengingat produk tersebut dan akan merasa puas terhadap produk tersebut.

Ketersediaan produk terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemasan merupakan persepsi konsumen terhadap suatu produk setelah melalui pertimbangan dan perbandingan dengan beberapa merek lainnya pada jenis produk yang sama. Kemasan sangat penting, karena kemasan suatu produk menciptakan konsumen dalam mengingat suatu produk. Maka konsumen akan berusaha mengingat produk tersebut dan akan puas terhadap produk tersebut. Dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan produk tersebut kemungkinan konsumen akan memilih dan melakukan pembelian berulang pada produk tersebut. Maka dari itu harga, kesediaan produk, dan kemasan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Karena ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sandoko (2020) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: ketersediaan produk, kemasan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sehingga, Hasil Penelitian yang penulis lakukan didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2020) yang berjudul Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: ketersediaan produk terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan AMDK Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. Selain itu, Penelitian Shandi (2020) yang berjudul Pengaruh Kemasan, Ketersediaan Dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: kemasan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Harga, Ketersediaan Produk, Kemasan terhadap Kepuasan Konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gofur (2019) yang menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ketersediaan Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika persepsi konsumen akan ketersediaan produk akan terpenuhi sesuai keinginan konsumen, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk merasakan kepuasan produk tersebut. Hasil Penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giarti (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh antaraketersediaanprodukterhadap
Kepuasan pelanggan

3. Kemasanmemilikipengaruhpositif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemasan produk yang praktis dan faktor desain atau warna yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk merasakan kepuasan produk tersebut. Hasil Penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shandi Purwoko (2020) yang menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Harga, ketersediaan produk dan kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi harga, ketersediaan produk dan kemasan dapat mempengaruhi perasaan konsumen, maka kepuasan untuk membeli produk tersebut akan meningkat. Hasil Penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shandi (2020) yang menunjukkan bahwa: ketersediaan produk, kemasan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasanpelanggan.

B. Saran

1. Dari segi harga hendaknya juga menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas dan manfaat yang dapat diperoleh konsumen, agar harganya bisa bersaing dengan Sauslain yangsejenis.
2. Dari segi Ketersediaan Produk hendaknya agar selalu terpenuhi sesuai keinginan konsumen untuk merasakankepuasanproduktersebut.
3. Dilihat dari segi kemasan sebaiknya desain kemasan dari Saus Lombok Mas dibuat lebih variatif sehingga mampu menarik minat beli konsumen.
4. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Atnan, Ferdy Ramadhan. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, KetersediaanProduk, Produk Knowledge Terhadap Brand Awareness Produk Private Label.(Studi Kasus pada Produk Public Work di Distro Public Work Kota Demak)*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Assauri, Sofjan. 2013. *ManajemenPemasaran*.Jakarta :Rajawali Pers.
- Burhani, Muhammad Afiq. (2020). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. Skripsi. UniversitasNegeriSemarang.
- Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). Effects of product availability: experimental evidence. *Journal of Business Management and Economic Studies*. 1-41.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghofur, Abdul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 4, No.1 Ferbruari 2019: 37- 44.
- Giarti.(2017). Analisis Ketersediaan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja.
- Kodu, Sarini. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, Vol.1, p.1251-

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT IndeksKelompokGramedia.
- Mahfud, Helmi. Usmah. (2017). *Pengaruh Lokasi Kualitas Pelayanan Kemasan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, Vol. 6, Nomor 1, Januari 2017.
- Prawirosentono, Suryadi. (2001). “manajemen Operasi: Analisis dan Study Kasus”. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pardede, &. Manurung. 2014. *Analisis Jalur Teori Dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis*.⁹ Jakarta: Rineka Cipta.
- Purwoko, Shandi. 2020. “PengaruhKemasanKualitas Dan HargaProduk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global”. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, P- ISSN: 1693-6876.
- Renata, Melinda. 2020. “Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo Di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya”. *Jurnal Strategi Pemasaran* 7 (1), 11, 2020.
- Sugiama, A. Gima dan Emmanuel Febiano Sigit Bayu Pambudy. 2017. “Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga, Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi kasus pada wisatawan nusantara di kartika sari bandung)”. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Volume 17, Nomor 1, November 2017.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CVAlfabeta.
- Suryana, Popo. (2018). Harga Dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 1, p. 15-24.
- Tjiptono, Fandy, 2008, strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Tommy. 2018. “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat / Crane Xyz pada PT. ABC”. *jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*. Vol. 02. No.2/Maret – 2018.
- Trisnawan, Andre Dwi. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen *Handphone*Samsung Di Semarang.
- Utomo, Ichsanwidi. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, Vol. VIII No.1. 2017.