

Pengaruh Harga Dan Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Gerai Ucok Durian Medan

Erimas Nduru^{1✉}, Nirwana Br Bangun², Yulia Tiara Tanjung³

^{1,2,3}Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen, Pengaruh harga terhadap penjualan produk, Pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan produk, Pengaruh kepuasan konsumen terhadap penjualan produk, Pengaruh harga dan bauran pemasaran terhadap penjualan produk dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini kuantitatif asosiatif kasual, populasi yang digunakan sebanyak 60 orang konsumen pada Gerai Ucok Durian Medan, sedangkan jumlah sampel yang digunakan penelitian sebanyak 60 responden. Alat uji yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) dengan alat bantu aplikasi program SPSS Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh langsung terhadap Penjualan Produk pada Gerai Ucok Durian, Bauran Pemasaran berpengaruh langsung terhadap Penjualan Produk pada Gerai Ucok Durian Medan, Harga berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Ucok Durian Medan, Bauran Pemasaran berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Ucok Durian Medan, Kepuasan Konsumen berpengaruh langsung terhadap Penjualan Produk pada Gerai Ucok Durian Medan, Secara tidak langsung ada Pengaruh Harga dan Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Produk dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada Gerai Ucok Durian Medan.

Kata Kunci: *Harga, Bauran Pemasaran, Penjualan Produk, Kepuasan Konsumen.*

Abstract

The purpose of this study was to analyze the direct and indirect effects. The effect of price on customer satisfaction, marketing mix on customer satisfaction, The effect of price on product sales, The effect of marketing mix on product sales, The effect of customer satisfaction on product sales, The effect of price and marketing mix on product sales with customer satisfaction as an intervening variable. This type of research is quantitative casual associative, the population used is 60 consumers at Ucok Durian Medan Outlets, while the number of samples used in the study was 60 respondents. The test tool used is path analysis with the SPSS Version 26 program application tool. The results of this study indicate that Price has a direct effect on Product Sales at Ucok Durian Outlets, Marketing Mix has a direct effect on Product Sales at Ucok Durian Medan Outlets, Price has a direct effect on Consumer Satisfaction at Ucok Durian Medan Outlets, Marketing Mix has a direct effect on Consumer Satisfaction at Ucok Durian Medan Outlets, Consumer Satisfaction has a direct effect on Product Sales at Ucok Durian Medan Outlets, Indirectly there is an Effect of Price and Marketing Mix on Product Sales with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable at Ucok Durian Medan Outlets.

Keywords: *Price, Marketing Mix, Product Sales, Customer Satisfaction.*

Copyright (c) 2025 Erimas Nduru

✉ Corresponding author :

Email Address : erimasndruru2@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu dari 8 pusat keanekaragaman genetik khususnya jenis buah-buahan tropik, salah satunya adalah durian. Ada sekitar 30 jenis durian di seluruh dunia dan sebagian besar masih tumbuh liar di hutan. Oleh karena rasanya yang luar biasa, durian lalu berkembang menjadi tanaman pekarangan, selanjutnya di kebun. Seiring perkembangan teknologi dan budidaya pertanian, di Indonesia durian mulai dibudidayakan secara intensif sehingga kualitasnya meningkat. Hal ini menjadi penting terutama karena Indonesia memiliki varietas durian yang sangat beragam.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Ucok Durian harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan duriannya agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Durian (*Durio zibethinus*) merupakan tanaman yang menghasilkan buah yang lezat sehingga banyak digemari. Pada saat musim berbuah durian banyak dipasarkan dalam keadaan segar dengan tingkat harga yang bervariasi. Buah yang dinobatkan sebagai The King Of Fruit ini tidak hanya lezat jika dimakan langsung, tapi juga nikmat diolah menjadi jus, es krim, pancake durian, bolu durian, kolak durian dan produk olahan durian lainnya.

Durian (*Durio zibethinus*) salah satu buah-buahan yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya masyarakat Sumatera Utara terlebih lagi masyarakat Kota Medan. Durian (*Durio zibethinus*) merupakan tanaman buah-buahan yang termasuk kedalam kategori komoditas unggulan di Sumatera Utara pada tahun 2013. Berdasarkan pusat data dan informasi pertanian pada tahun 2013 produksi durian di Sumatera Utara sebesar 79.994 ton. Daerah yang menjadi sentra tanaman durian di Sumatera Utara yaitu daerah Tapanuli Tengah dengan produksi terbesar yaitu mencapai 31.406 ton atau 39,26% dari produksi durian di Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten penghasil durian terbesar lainnya adalah Kabupaten Tapanuli Selatan dengan produksi sebesar 8.114 ton (10,14%), Kabupaten Deli Serdang 5.994 ton (7,49%), Kabupaten Serdang Bedagai 5.370 ton (6,71%), Kabupaten Dairi 5.122 ton (6,40%) dan Kabupaten Tapanuli Utara 4.923 ton (6,15%). Sedangkan sisanya sebesar 23,83% (19.065 ton) merupakan kontribusi dari kabupaten lainnya.

Tabel 1. Produksi Buah Durian Sumatera Utara Tahun 2018-2022

Tahun	Produksi Buah Durian (Ton)
2019	102.767
2020	79.994
2021	80.441
2022	65.530
2023	74.811

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Utara

Produksi buah durian berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sumatera Utara pada Tabel 1. mengalami fluktuasi dikarenakan bererapa hal seperti kemarau, tingginya intensitas hujan dan lain-lain namun hal ini tidak membuat para pedagang durian di Kota Medan berkurang malah semakin banyak muncul pedagang durian di Kota Medan. Karena banyaknya pedagang durian di Kota Medan sehingga muncul semboyan “Tak lengkap rasanya jika datang ke Kota Medan tidak menyantap buah durian” karena Kota Medan memang terkenal dengan buah duriannya dan ada pun pedagang durian salah satu yang terkenal di kota Medan adalah `Ucok Durian.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian adalah rencana konsep dan prosedur untuk penelitian yang mencakup langkah-langkah mulai dari asumsi luas hingga metode terperinci dalam pengumpulan data, analisis dan interpretasi (Creswell, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (case study) yaitu metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain. Menurut (Sugiyono 2017) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data deskriptif penelitian disajikan agar dapat dilihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel yang digunakan dalam penelitian (Hair et al, 2019). Data deskripsi yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Deskripsi Data Penelitian

Tabel 2. Karakteristik Responden

Kategori	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Lama Bekerja
Jumlah Responden	36	36	36	36
Laki-laki	18 (50%)	-	-	-
Perempuan	18 (50%)	-	-	-
< 25 Tahun	-	14 (39%)	-	-
23-35 Tahun	-	12 (33%)	-	-
36-45 Tahun	-	7 (19%)	-	-
> 45 Tahun	-	10 (28%)	-	-
SMA	-	-	13 (36%)	-
Diploma	-	-	2 (6%)	-
S1	-	-	18 (50%)	-
S2	-	-	3 (8%)	-
< 1 Tahun	-	-	-	7 (19%)
1-2 Tahun	-	-	-	10 (28%)
3-4 Tahun	-	-	-	10 (28%)
> 5 Tahun	-	-	-	9 (25%)

Sumber: diolah menggunakan MS Excel 2016

Berdasarkan hasil penelitian, responden terbagi secara seimbang antara laki-laki dan perempuan, masing-masing sebanyak 18 orang atau 50%. Dalam hal umur, kelompok yang paling dominan adalah responden yang berusia kurang dari 25 tahun, dengan jumlah 14 orang (39%), diikuti oleh kelompok umur 23-35 tahun sebanyak 12 orang (33%), dan kelompok umur 45 tahun ke atas sebanyak 10 orang (28%). Mengenai tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan S1, yaitu sebanyak 18 orang (50%), diikuti oleh 13 orang (36%) yang berpendidikan SMA, 3 orang (8%) dengan pendidikan S2, dan hanya 2 orang (6%) yang memiliki pendidikan Diploma. Untuk kategori lama bekerja, dua kelompok mendominasi, yakni responden dengan lama bekerja 1-2 tahun dan 3-4 tahun, masing-masing sebanyak 10 orang (28%). Selain itu, terdapat 9 orang (25%) dengan pengalaman kerja lebih dari 5 tahun dan 7 orang (19%) yang memiliki pengalaman kerja kurang dari 1

tahun. Secara keseluruhan, penelitian ini mencakup berbagai kategori demografis yang beragam, dengan distribusi yang seimbang antara laki-laki dan perempuan, serta menunjukkan kelompok responden dominan yang berpendidikan S1 dan berusia muda (<25 tahun).

Uji Kualitas Data

Pada penyebaran kuesioner berisikan 40 item pernyataan yang terdiri dari variabel bebas (Harga dan Bauran Pemasaran) variabel terikat (Penjualan Produk) dan variabel intervening (Kepuasan Konsumen) pada pengujian validitas dan realibilitas. 40 item kuesioner yang diberikan kepada 36 responden dilakukan dengan cara mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Nilai r tabel dengan taraf signifikan.

Uji Validasi variabel (X1) Harga

Tabel 2. Validitas Harga (X1)

Item	R _{hitung}	R _{table}	Keterangan
1	0,715	0,329	Valid
2	0,612	0,329	Valid
3	0,739	0,329	Valid
4	0,647	0,329	Valid
5	0,567	0,329	Valid
6	0,579	0,329	Valid
7	0,680	0,329	Valid
8	0,891	0,329	Valid
9	0,807	0,329	Valid
10	0,760	0,329	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Ujivalidasi variabel (X2) Bauran Pemasaran

Tabel 3. Bauran Pemasaran (X2)

Item	R _{hitung}	R _{table}	Keterangan
1	0,759	0,329	Valid
2	0,603	0,329	Valid
3	0,741	0,329	Valid
4	0,641	0,329	Valid
5	0,574	0,329	Valid
6	0,586	0,329	Valid
7	0,685	0,329	Valid
8	0,890	0,329	Valid
9	0,815	0,329	Valid
10	0,763	0,329	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Uji Validasi Variabel Penjualan Produk

Tabel 4. Uji Validasi Penjualan Produk

Item	R _{hitung}	R _{table}	Keterangan
1	0,719	0,329	Valid
2	0,625	0,329	Valid
3	0,729	0,329	Valid
4	0,651	0,329	Valid
5	0,520	0,329	Valid

6	0,581	0,329	Valid
7	0,673	0,329	Valid
8	0,887	0,329	Valid
9	0,810	0,329	Valid
10	0,755	0,329	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Validasi Kepuasan Konsumen

Tabel 5. Validitas Kepuasan Konsumen (Z)

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,705	0,329	Valid
2	0,600	0,329	Valid
3	0,744	0,329	Valid
4	0,662	0,329	Valid
5	0,570	0,329	Valid
6	0,584	0,329	Valid
7	0,676	0,329	Valid
8	0,900	0,329	Valid
9	0,805	0,329	Valid
10	0,761	0,329	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Tabel Validasi menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid, yang dapat dilihat dari r hitung yang lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikan pada setiap butir pertanyaan. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa 40 pertanyaan valid akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas

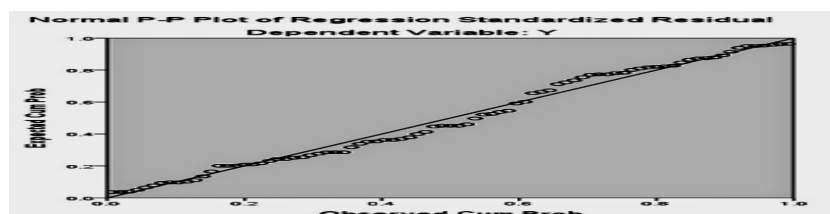
Instrumen & Variabel	Nilai Kriteria	Nilai Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Harga (X1)	0,60	0,879	10	Realiablel
Bauran Pemasaran (X2)	0,60	0,883	10	Realiablel
Penjualan Produk (Y)	0,60	0,877	10	Realiablel
Kepuasan Konsumen (Z)	0,60	0,880	10	Realiablel

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Berdasarkan hasil dari analisis reliabilitas dengan teknik Cronbachs Alpha, dapat diketahui Cronbachs Alpha dari harga (X1) sebesar 0,879, Bauran pemasaran (X2) 0,883, Penjualan Produk (Y) 0,877 dan Kepuasan konsumen (Z) 0,880, maka dapat disimpulkan hasil pengujian dinyatakan Realiablel, karena lebih besar dari 0,60.

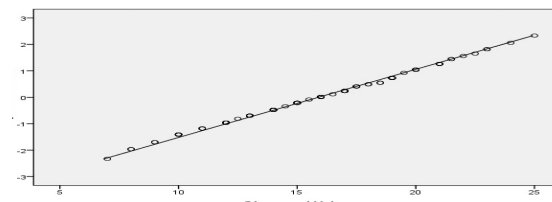
Uji Asumsi Klasik

Berikut hasil pengujian normalitas data penelitian:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-plot I

Data diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 26



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P-plot II
Data diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 26

Pada gambar diatas, dapat dilihat data mengumpulkan di sekitar garisdigonal. Hal tersebut berarti uji normalitas sudah terpenuhi atau model telah berdistribusi normal.

Tabel 7. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov test I
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.27342329
Most Extreme Differences	Absolute	.453
	Positive	.316
	Negative	-.453
Test Statistic		.453
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 26

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov diketahui ketiga variabel memiliki nilai signifikansi $>0,05$ sehingga dapat di simpulkan bahwa data variabel normal.

Tabel 8. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov test II
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22087389
Most Extreme Differences	Absolute	.299
	Positive	.270
	Negative	-.299
Test Statistic		.299
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 26

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov diketahui ketiga variabel memiliki nilai signifikansi $>0,05$ sehingga dapat di simpulkan bahwa data variabel normal.

Uji Heteroskedastisitas.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas I
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.089	.041		-2.181	.037
X1	.688	.038	21.821	18.251	.000
X2	.059	.021	1.851	2.835	.008
Z	-.742	.029	-23.296	-25.355	.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 26

Berdasarkan Uji Heteroskedastisitas diatas dengan metode uji glejer dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 10. Uji Heteroskedastisitas I
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.343	.182		-1.891	.068
X1	-.152	.128	-4.809	-1.182	.246
X2	.121	.096	3.799	1.252	.220
Y	.044	.108	1.406	.409	.685

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 26

Berdasarkan Uji Heteroskedastisitas diatas dengan metode uji glejer dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas**Tabel 11.** Uji Multikolinearitas I
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 TotalX1	.666	1.824
TotalX2	.785	1.526
TotalZ	.578	1.977

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas secara bersamaan dapat disimpulkan hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 10. Uji Multikolinearitas II
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 TotalX1	.754	1.154
TotalX2	.673	1.041
TotalY	.789	1.910

a. Dependent Variable: TotalZ

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas secara bersamaan dapat disimpulkan hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi I
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 ^a	.998	.998	.286

a. Predictors: (Constant), Z, X2, X1

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dari tabel di atas nilai R Square sebesar 0,998 maka dapat diperoleh keterangan bahwa Variabel Z dapat di pengaruhi oleh X1 dan X2.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi II
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 ^a	.999	.998	.231

a. Predictors: (Constant), Y, X2, X1

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dari tabel di atas nilai R Square sebesar 0,999 maka dapat diperoleh keterangan bahwa Variabel Y dapat di pengaruhi oleh X1 dan X2.

Uji Signifikasi Simultan (Uji-f)

Tabel 13. Hasil Uji F I
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1215.515	3	405.172	7593.327	.000 ^b
	Residual	1.707	32	.053		
	Total	1217.222	35			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalZ, TotalX2, TotalX1

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Simpulan data diatas adalah X1,X2 dan Z terhadap Y, mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Z.

Tabel 14. Hasil Uji F II
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1241.022	3	413.674	5059.053	.000 ^b
	Residual	2.617	32	.082		
	Total	1243.639	35			

a. Dependent Variable: TotalZ

b. Predictors: (Constant), TotalY, TotalX2, TotalX1

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Simpulan data diatas adalah X1,X2 dan Y terhadap Z, mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Y.

Uji Parsial (Uji t)

Digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 berpengaruh terhadap variabel Y. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu

- Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 15. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.332	.233		1.424	.164
X1	.989	.006	.999	153.963	.000

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dapat disimpulkan X1 secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Z.

Tabel 16. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.269	.428		.628	.534
X2	.994	.012	.998	83.943	.000

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dapat disimpulkan X2 secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Z.

Tabel 17. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.064	.293		-.219	.828
X1	.999	.008	.999	123.870	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dapat disimpulkan X1 secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Y.

Tabel 18. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.269	.428		.628	.534
TotalX2	.994	.012	.998	83.943	.000

a. Dependent Variable: totally

Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dapat disimpulkan X2 secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Y.

Tabel 19. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.342	.393		-.872	.390
Z	1.009	.011	.998	92.923	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 26

Dapat disimpulkan Z secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Y.

Path Analysis (Analisis Jalur)

Dalam konsep penelitian ini analisis jalur digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang diperantarai oleh variabel lain yang disebut variabel intervening, berikut dijelaskan kedudukan dan analisa variabel intervening dalam menunjukkan pengaruh tidak langsung variabel

Koefisien Jalur Model I

1. mengacu pada output regresi model I pada bagian tabel IV.24 "coefficient dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari dua variabel yaitu $(X1) = 0,001 < 0,05$, dan $(X2) = 0,001 < 0,05$. Maka hasil ini memberikan kesimpulan bahwa regresi model yakni variabel $(X1)$ berpengaruh signifikan terhadap (Z) dan $(X2)$ berpengaruh terhadap Z .
2. besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel 1V.20 model summary adalah sebesar 0,802, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan $(X1)$ dan $(X2)$ terhadap (Z) adalah sebesar 80,2% sementara sisanya 19,8% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sementara itu, untuk nilai $e1$ dapat dicari dengan rumus $e1 = 1(1 - 0,802) = 0,444$

Koefisien jalur Model II

1. Mengacu pada output regresi model II pada tabel 1V.25 "coefficient" dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel $(X1) = 0,001 < 0,05$, $(X2) = 0,001 < 0,05$ dan $Z = 0,001 < 0,05$ Maka hasil ini memberikan kesimpulan bahwa regresi model II yakni variabel $(X1)$ berpengaruh signifikan terhadap (Y) , $(X2)$ berpengaruh signifikan terhadap (Y) dan Z berpengaruh kepada Y
2. besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel IV,21 model summary adalah sebesar 0,631, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan $(X1)$, $(X2)$ dan (Z) terhadap (Y) adalah sebesar 63,1% sementara sisanya 36,9% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sementara itu, untuk nilai $e2$ dapat dicari dengan rumus $e2 = 1(1 - 0,631) = 0,607$

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk pada Gerai Ukok Durian Medan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh nilai signifikansi harga sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa harga berpengaruh langsung terhadap penjualan produk dengan nilai sebesar 0,779 atau 77,9%. Hal ini mengindikasikan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produk di Gerai Ukok Durian Medan.

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Gerai Ucok Durian Medan

Analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi bauran pemasaran adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, menandakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh langsung terhadap penjualan produk dengan nilai sebesar 0,673 atau 67,3%. Ini berarti bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produk di Gerai Ucok Durian Medan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gerai Ucok Durian Medan

Dari analisis, diperoleh nilai signifikansi harga sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,398 atau 39,8%. Dengan demikian, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gerai Ucok Durian Medan.

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Gerai Ucok Durian Medan

Nilai signifikansi untuk bauran pemasaran adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,602 atau 60,2%. Hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gerai Ucok Durian Medan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Produk pada Gerai Ucok Durian Medan

Berdasarkan analisis, nilai signifikansi untuk harga adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap penjualan produk dengan nilai sebesar 0,408%. Ini menandakan bahwa kepuasan konsumen mempengaruhi penjualan produk di Gerai Ucok Durian Medan.

Pengaruh Harga dan Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Produk dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Gerai Ucok Durian Medan

Pengaruh langsung harga terhadap penjualan produk adalah sebesar 0,398. Sementara pengaruh tidak langsung harga terhadap penjualan produk melalui kepuasan konsumen adalah $0,779 \times 0,408 = 0,317$. Oleh karena itu, pengaruh langsung harga terhadap penjualan produk lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsungnya. Pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap penjualan produk adalah sebesar 0,602. Sedangkan pengaruh tidak langsung bauran pemasaran terhadap penjualan produk melalui kepuasan konsumen adalah $0,673 \times 0,408 = 0,274$. Dengan demikian, pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap penjualan produk lebih besar daripada pengaruh tidak langsungnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan bauran pemasaran terhadap penjualan produk dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Gerai Ucok Durian Medan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: pertama, harga berpengaruh langsung terhadap penjualan produk pada Gerai Ucok Durian. Kedua, bauran pemasaran juga berpengaruh langsung terhadap penjualan produk di Gerai Ucok Durian Medan. Ketiga, harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ucok Durian Medan. Keempat, bauran pemasaran berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Ucok Durian Medan. Kelima, kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap penjualan produk pada Gerai Ucok Durian Medan. Dan yang terakhir, secara tidak langsung, terdapat pengaruh harga dan bauran pemasaran terhadap penjualan produk dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Gerai Ucok Durian Medan.

Sebagai saran manajerial, berdasarkan indikator dari sektor terendah pada variabel harga, yang menunjukkan skor 35% terkait Gerai Ukok Durian Medan, disarankan agar Gerai Ukok Durian memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar. Selain itu, penting bagi Gerai Ukok Durian Medan untuk selalu memperhatikan harga dengan menyesuaikan harga produk dengan kualitas dan memberikan potongan harga langsung kepada konsumen yang akan menjual kembali barang atau produk yang sudah dibeli. Dengan demikian, loyalitas konsumen akan semakin meningkat.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mempraktekkan hasil penelitian ini di perusahaan tempat mereka bekerja dan memperoleh gelar S1 Manajemen. Selain itu, diharapkan juga agar peneliti selanjutnya dapat menggunakan atau meneliti variabel lain selain yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

Referensi :

- Aditia, 2021. "Pengaruh Fasilitas, Lingkungan Kerja, dan Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai UPTD Pasar Wilayah Bulu Semarang," *Jurnal Universitas Pandanaran Semarang*, Vol 2.
- Adiyadnya, 2022. "Planning Strategy of Operation Business and Maintenance by Analytical Hierarchy Process and Strength, Weakness, Opportunity, and Threat Integration for Energy Sustainability," *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(4), 221-228.
- Ajib, A. F., Priadi, A., Sufri, M., & As'ad, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 111-119.
- Alma, B., 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah, 2021. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Anang, F., 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Anwari, A. S., Santoso, B., & Puspitadewi, I., 2022. "Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Galak Bondowoso," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 130-136.
- Arianty, N., 2020. "Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian," *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76-87.
- Arianty, N., & Andira, A., 2021. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Aswin, 2023. *Manajemen Personalial*, Gadjah Mada Universitas. Malang.
- Babin, B. J., 2021. "Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea," *Journal Of Service Marketing*, 19(3), 133-139.
- Bagus, A. & Retno, 2020. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Abon Jamur Tiram Di Perusahaan Ailanifood Kota Malang Jawa Timur," *Universitas Brawijaya*, Malang.
- Barus, A. & Syukri, 2008. *Agroekoteknologi Tanaman Buah-buahan*. USU Press, Medan.
- Chaffey, D., 2020. *Digital Marketing* (6th ed.). Pearson Education.
- Ermawati, D. D., & Ekanova, A. P., 2022. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Jasa Gomed," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 7-17.
- Farisi, S., 2018. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara," *Publikasi Ilmiah*, 689-705. <http://hdl.handle.net/11617/9995>.
- Fauzi, A., & Sarlo, K., Kenny, J., Jarungjung Hutagaol, & Made Adhiguna Samvara, 2019. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel (Studi kasus Pada Pembelian Tiket Medan-Jakarta)."

- Finanda, I. R., & Wiwaha, A., 2017. "Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Miloff Beauty Bar," *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 134-140.
- Gomes, Faustino Cardoso, 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & F. Tamengkel, L., 2021. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang," *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hadinata, W., Jeffrey, J., Trizie, R., & Hutagaol, J., 2023. "The Effect of Personal Selling, Sales Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Yuasa Brand Motor Battery at PT Adidaya Karya Indotama Medan," *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 1180-1183.
- Hamsin, 2020. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Alih Bahasa: Hadyana Pujatmaka, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Handoko, T. Hani, 2019. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hasibuan, 2020. "Pengaruh Pendidikan, Disiplin, dan Sarana Prasarana Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Papua Barat," *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*, 1(3), 250-259.
- Hery, 2019. "The Influence of Selection, Motivation and Utilization of Information System Academic for Lecturer (SIAD) on the Lecturer Performance," *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 61-71.
- Imam, M., 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Dailydose Coffee And Eatery Di Kota Bogor," Skripsi, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2020. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi Keduabelas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2020. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, 2020. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)," Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Loppies, 2020. "The Influence of Information Technology, Human Resources Competency and Employee Engagement on Performance of Employees," *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(1), 01-12.
- Mantero, 2022. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Gramedia, Jakarta.
- Marbun, I. I., 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek Di Kota Medan," *Universitas Sumatera Utara*, Medan.
- Mardiana, 2019. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Sekretariat Daerah Kota Samarinda," *eJournal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 2 No. 1.
- Megarani, 2020. "The Influence of Motivation, Work Discipline, and Compensation on Employee Performance," *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 72-83.
- Winardi, 2020. "Antecedent and Consequence the Human Resources Management Factors on Civil Servant Performance," *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 104-116.
- Muryati, 2020. "Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Melalui Kompetensi Pegawai Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Pangkep."
- Nikma, 2022. *Evaluasi Kinerja SDM*, Cetakan Ketiga, Refika Aditama, Bandung.
- Nurkhaliza, 2015. "Analisis Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen dan Jumlah Pembelian Manisan Halua di Kota Stabat Kabupaten Langkat," Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Barru, 2020. *Peraturan Daerah Kabupaten Barru Nomor 7 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, Barru*.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Barru, 2020. *Peraturan Pemerintah nomor 18 tahun 2016 tentang*

Perangkat Daerah, Barru.

- Peter, 2021. "Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Produk Makanan UMKM di Jatinangor)," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, 11(3), 1-17.
- Priansa, 2020. "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Dedi A. Z., 2022. "Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Semangat Kerja terhadap Prestasi Kerja Aparatur Sipil Negara pada Kantor Bupati Pegunungan Arfak Propinsi Papua Barat," *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*, 1(1), 86-93.
- Putri, 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Raharti, 2021. *Perilaku Konsumen*, PT Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Robbins, 2020. "Antecedent and Consequence the Human Resources Management Factors on Civil Servant Performance," *Golden Ratio of Human Resource Management*.
- Santo, 2019. "Justice, Trust, And Trustworthiness: A Longitudinal Analysis Integrating Three Theoretical Perspectives," *University of Georgia*.
- Sara Siti, 2021. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*, Google Books (hal. 27-35).
- Sari, Putra, 2021. "The Effect of Competences, Work Motivation, Learning Environment on Human Resource Performance," *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 84-93.
- Sari, N. K., & As' ad, A. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Pokana Saat Pandemi di Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 63-70.
- Sedarmayant, 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Sedarmayanti, 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Pertama, Refika Aditama, Bandung.
- Sedarmayanti, 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Septiana, S., 2020. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Davindo Anugerah Semesta," *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 245-255.
- Sinaga, R., Hutagalung, P. A., Hutagaol, J., & Bangun, N. B., 2023. "The Effect of Advertising Attraction, Brand Image and Price On The Purchase Decision of Indomie Instant Noodles in Students of the Faculty of Teaching and Educational Sciences," *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 960-964.
- Soeprihanto, 2021. *Manajemen Personalial*, BPFE, Yogyakarta.
- Stanton, 2019. "Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Ketanggapan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Ucok Durian Wahid Hasyim Medan," Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan ke-12, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2019. *Manajemen Pemasaran*, perdana Publisher.
- Suhardi, 2020. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Suhardi, 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Ghalia Indonesia.
- Supranto, J., 2013. *Metode Riset: Aplikasinya dalam Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Rineka Cipta, Jakarta.
- Suprpto, 2019. "Peranan Indikator-Indikator Keterampilan Komunikasi Terapeutik dalam Memprediksi Kepuasan Kerja Perawat RSJ Negeri di Makassar," *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 2(2), 2-22.
- Suwarno, 2021. *Manajemen Personalial*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Thomson, 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kopi Cap Keluarga Di Kota Kotamobagu Sulawesi Utara," Skripsi, Institut Pertanian Bogor, Bogor.