

Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Anas Firman Adi

Program Studi Teknik Industri

Sekolah Tinggi Teknik Malang

anasfirman@stt.ac.id

ABSTRAK

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. UD. Rejeki Lancar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi, pengemasan dan pemasaran makanan ringan khas Madura. UD. Rejeki Lancar ini memanfaatkan hasil alam di olah dalam berbagai macam jenis camilan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di UD. Rejeki Lancar Sampang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen UD. Rejeki Lancar. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The quality of product is one of the factors that consumers consider before buying a product. UD. Rejeki Lancar is a company engaged in the production, packaging and marketing of Madurese snacks. UD. This source of pearls uses natural products in various types of snacks. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction at UD. Rejeki Lancar Sampang.

This type of research used in this research is a causal associative research with the number of respondents as many as 100 UD. Rejeki Lancar consumers. The analysis used is multiple linear regression. The results showed that there was a positive and significant effect of product quality on consumer satisfaction at UD. Rejeki Lancar. There is a positive and significant effect of price on customer satisfaction of UD. Rejeki Lancar. There is a positive and significant influence together from the variable product quality and price on customer satisfaction UD. Rejeki Lancar

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan

Selain kualitas produk, yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kuliner yaitu kebijakan penetapan harga. Purnamasari (2015:3) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu barang. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. [1,2,3]

II. METODE PENELITIAN

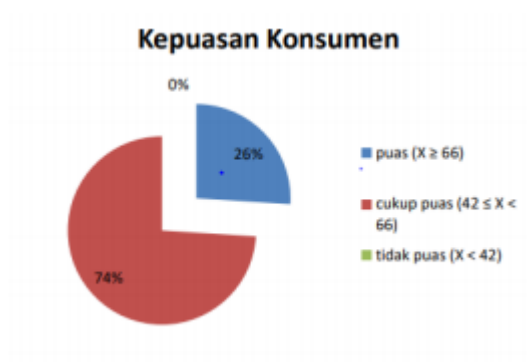
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Analisis yang dilakukan dengan Analisis regresi linier berganda. Melakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan Uji Multikolinearitas, Uji Homoskedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Validitas Instrumen Uji Reliabilitas Instrumen. [4,5]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan uang saku serta penghasilan bulanan. Responden rata-rata berjenis kelamin, konsumen terbanyak di UD. Rejeki Lancar Sampang adalah lulusan SMA/SMK sederajat, atau dapat dikatakan sebagian besar konsumen UD. Rejeki Lancar Sampang adalah kalangan mahasiswa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen UD. Rejeki Lancar Sampang adalah mahasiswa atau belum bekerja. Hal ini dikarenakan letak UD. Rejeki Lancar Sampang yang berada tepat di tengah sehingga konsumen terbanyak UD. Rejeki Lancar Sampang adalah mahasiswa. Mayoritas mahasiswa memiliki tingkat uang saku Rp200.000 s/d Rp459.000 per bulan dengan presentase 57% Mayoritas responden yang bekerja memiliki tingkat penghasilan antara 1.000.000,00 s/d 1.900.000,00 per bulan dengan presentase 33,33%. Besar konsumen memberikan penilaian terhadap kualitas produk 50 UD. Rejeki Lancar dalam kategori sedang. Persepsi tersebut didasarkan pada aspek item pernyataan yang meliputi: kinerja, fitur produk, keandalan, kesesuaian produk dengan spesifikasi, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan oleh konsumen. Meskipun sebagian besar konsumen memberi penilaian kualitas produk UD. Rejeki Lancar dalam kategori sedang, tetapi masih terdapat beberapa konsumen yang merasakan kualitas produk UD. Rejeki Lancar berada di bawah harapannya. Hal ini memunculkan berbagai macam keluhan sebagai berikut.

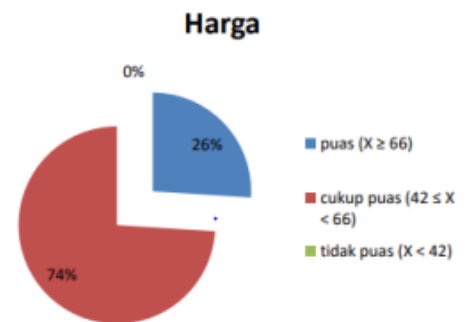
Hasil dari penyebaran kuesioner terdapat konsumen yang berpendapat bahwa rasa makanan UD. Rejeki Lancar tidak stabil, terkadang rasa makanannya enak, terkadang juga rasanya kekurangan atau kelebihan bumbu. Terdapat pula konsumen yang berpendapat bahwa porsi makanan yang disajikan UD. Rejeki Lancar kurang. Selain itu, terdapat konsumen yang mengeluhkan rasa makanan UD. Rejeki Lancar masih belum sesuai dengan tampilannya. Dengan diperoleh data tersebut maka UD. Rejeki Lancar harus meningkatkan kualitas produknya untuk

menciptakan kepuasan konsumen. Diagram lingkaran tersebut menunjukkan bahwa konsumen UD. Rejeki Lancar yang memberikan penilaian terhadap variabel harga termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 32 orang (32%), konsumen yang memberikan penilaian terhadap variabel harga termasuk dalam kategori sedang yaitu sebanyak 61 orang (61%), dan konsumen yang memberikan penilaian terhadap variabel harga termasuk dalam kategori rendah yaitu sebanyak 7 orang (7%). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen memberikan penilaian terhadap harga yang ditetapkan UD. Rejeki Lancar dalam kategori sedang. Persepsi tersebut didasarkan pada aspek item pernyataan yang meliputi: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.



Gambar 1 Kepuasan Konsumen

Diagram lingkaran tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang merasa puas setelah berkunjung ke UD. Rejeki Lancar sebanyak 26 orang (26%), konsumen yang merasa cukup puas sebanyak 74 orang (74%), dan tidak ada konsumen yang merasa tidak puas. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen merasa cukup puas setelah berkunjung ke UD. Rejeki Lancar.



Gambar 2 Harga

Hipotesis pertama diterima, yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di UD. Rejeki Lancar. Koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di UD. Rejeki Lancar. Semakin tinggi kualitas produk UD. Rejeki Lancar maka kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar akan meningkat. Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima, yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di UD. Rejeki Lancar. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,334. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui thitung sebesar 4,239 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di UD. Rejeki Lancar. Secara simultan ketiga variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar. Besarnya pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah 72,2%. Namun, masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

IV. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan koefisien regresi (b1) sebesar 0,152, nilai thitung sebesar 2,608 dengan nilai signifikansi sebesar 0,011. Koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk UD. Rejeki Lancar maka kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar akan meningkat. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen UD. Rejeki Lancar. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan koefisien regresi (b2) sebesar 0,334, nilai thitung sebesar 4,239 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, apabila manfaat yang dirasakan konsumen UD. Rejeki Lancar meningkat, maka nilainya akan meningkat. Dengan demikian, apabila nilai yang dirasakan konsumen UD. Rejeki Lancar semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen. 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen UD Rejeki Lancar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F hitung sebesar 83,089 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Hasil pengujian regresi linear ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,722 atau sebesar 72,2%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sumbangan efektif tersebut berarti mempengaruhi 72,2%

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi, Albertus Ferry Rostya, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *ejournal undip*, <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dbr>. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012. Diakses 31 Juli 2014. Hal 1-9. Dharmmesta,
- [2] Basu Swastha., Handoko, T. Hani. (2012).

- Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta. Daryanto, & I. 44 Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media Engel,
- [3] J.F., R. D. Blackwell, & P. W. Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. (Terjemahan F.X. Budiyanoto). Jakarta: Binarupa Aksara. (Edisi asli diterbitkan tahun 1992 oleh The Dryden Press).
- [4] Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro Husain Umar, 2005, *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- [5] Irawan, handi, 2004, *Kepuasan Pelanggan*, Gramedia Pustaka, Jakarta J.F.T. Bailia., A.S. Soegoto., S.SR. Loindong. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado*. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3* September 2014, Hal. 1768- 1780