

RINGKASAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK PROMOSI DAN CITRA MEREK PERHIASAN EMAS UBS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO WAHYU REDJO DI SURABAYA

Oleh:

Yuliana Dwi Astuti

Di era globalisasi ini selain property ternyata investasi perhiasan emas juga sedang mengalami perkembangan yang meningkat, karena selain lebih aman juga memiliki risiko yang tidak terlalu banyak. maka banyak pabrikan emas yang bersaing untuk mendapatkan omset melalui toko-toko yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Toko Emas Wahyu Redjo Surabaya termasuk salah satu toko besar yang bergerak dibidang perhiasan emas, toko ini selalu ramai dibandingkan toko emas lainnya yang ada di wilayah Surabaya. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk analisis mengenai kualitas produk, promosi dan citra merk perhiasan emas UBS terhadap kepuasan konsumen pada toko wahyu redjo di Surabaya.

Metode penelitian ini, termasuk kedalam metode *cross sectional*, dengan cara pengumpulan datanya menggunakan questioner dan jawabannya menggunakan sekala likert. Cara pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden dengan alat analisis yang digunakan adalah Regresi linier berganda, dengan alat uji t dan koefisien determinasi parsial.

Hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS diperoleh kualitas produk t_{hitung} sebesar 3.604, promosi t_{hitung} sebesar 2.084 dan citra merek t_{hitung} sebesar 2.788 dan t_{tabel} 2.0821 dimana ketiga variabel $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0.05 . Berdasarkan hasil perhitungan r^2 tersebut, menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen toko Wahyu Redjo di Surabaya. karena koefisien determinasi parsial r^2 variabel kualitas produk sebesar 26.52 % lebih besar daripada variabel bebas lainnya. Dengan demikian hipotesa yang diajukan terbukti kebenarannya.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen

Latar Belakang

Di era globalisasi ini selain property ternyata investasi perhiasan emas juga sedang mengalami perkembangan yang meningkat, karena selain lebih aman juga memiliki risiko yang tidak terlalu banyak. Emas memiliki nilai prestise yang lumayan tinggi, selain kilauan cantiknya yang juga menunjang penampilan. Emas adalah unsur kimia dalam table periodic yang memiliki symbol Au dan nomor atom 79. Emas merupakan logam yang bersifat lunak

dan mudah ditempa, kekerasannya berkisar antara 2,5-3 (skala Mohs), serta berat jenisnya tergantung pada jenis dan kandungan logam lain yang berpadu dengannya.

Emas perhiasan merupakan jenis emas yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya dalam bentuk kalung, gelang, cincin, anting, liontin, dan lain-lain. Kadar emas yang dijual dalam bentuk perhiasan juga berbeda-beda, ada yang kadar 75% (17 karat), 70% (16 karat), 42% (9 karat), 37% (8 karat) bahkan ada yang 30% (6 karat). Karat merupakan sistem pengukuran tingkat kemurnian emas. Jika semakin tinggi kadar ataupun kandungan emas dalam perhiasan itu, harga yang diberikan tentunya juga lebih mahal.

Citra merk dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat suatu merk dari produk tertentu. Kotler dan Gary Armstrong (2007: 80) menyatakan bahwa "Citra merek adalah himpunan keyakinan konsumen mengenai berbagai merek". Citra merek perhiasan PT UBS sudah sangat melekat dihati konsumen perhiasan emas di Indonesia karna dikenal dengan terpercaya kualitas yang baik dan bisa dijual ke toko emas manapun.

Dengan adanya hal tersebut maka peneliti ingin melakukan analisis mengenai kualitas produk, promosi dan citra merk perhiasan emas UBS terhadap kepuasan konsumen pada toko wahyu redjo di Surabaya.

Metode Penelitian

Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006:117). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pengunjung pada Toko Emas Wahyu Redjo BG Junction di Surabaya.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2011:81) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi dan untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang ada. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Roscoe,2005:102). Dari keseluruhan populasi maka peneliti menetapkan 40 orang untuk menjadi sampel dalam penelitian ini.

Tehnik Pengambilan Sampel

Nonprobability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2001:60). Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan nonprobability

sampling dan metode yang digunakan adalah purposive sampling Menurut Sugiyono (2011:84), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2006:60), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel terikat (dependen variabel) dan variabel bebas (independen variabel). Dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel sebagai berikut :

Variabel bebas (X)

Variabel independen/bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat) (Sugiyono,2013:63). Variabel independen yang diteliti oleh penulis adalah:

- 1.Kualitas Produk (X1)
- 2.Promosi (X2)
- 3.Citra Merek (X3)

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer

Menurut Umar (2003:56), data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penelitian. Data yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan wawancara langsung dengan konsumen pembeli perhiasan emas di Toko Wahyu Redjo Surabaya.

Data Skunder

Menurut Sugiyono (2005:62), data sekunder adalah dat yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, internet dan majalah yang berhubungan dengan judul skripsi.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Penelitian Kepustakaan

“Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan”.
(Nazir,1988:111).

b. Metode pengamatan (Observasi)

Menurut Sugiyono (2012:145) mendefinisikan observasi adalah sebagai berikut: “Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner, observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain”.

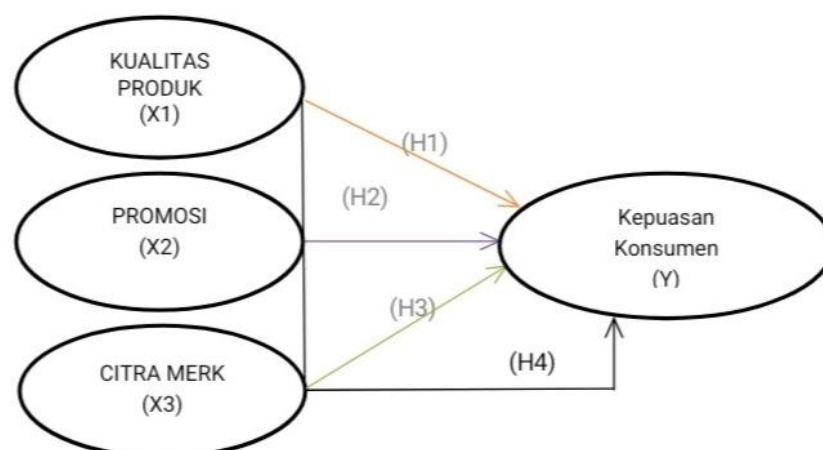
c. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012:137) mendefinisikan wawancara sebagai berikut: “Wawancara yaitu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harud diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit”.

d. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012:142) mendefinisikan kuesioner adalah sebagai berikut:” Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

3.8. Kerangka Konseptual



Gambar 3.1. Kerangka Konseptual

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Menurut (Bhuono, 2005:66), uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu daftar (struktur) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu variabel tertentu. Validitas adalah ukuran untuk menunjukkan tingkat kevaliditasan suatu instrumen, suatu instrumen dikatakan valid apa bila mampu mengukur apa yang diukur

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, Dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output (Corrected Item- Total Correlation) dengan r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r hitung lebih kecil dari pada r tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2009:45).

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2010:194). Uji ini mengukur ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam penelitian melalui nilai alpha cronbach karena menggunakan jenis data likert/essay. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada (Umar, 2010:2007). Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Adapun hipotesa keempat yang diajukan pada bab terdahulu yaitu : bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada toko wahyu redjo di Surabaya. Untuk menentukan variabel yang paling dominant pengaruhnya digunakan koefisien determinasi parsial (r^2). Perhitungan koefisien determinasi parsial digunakan untuk kemampuan menjelaskan dari hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai r^2 semakin besar kemampuan menjelaskannya atau pengaruhnya. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh hasil koefisien determinasi parsial sebagai berikut :

Kualitas produk (X1) memiliki korelasi parsial sebesar 0,515 sehingga determinasi parsial (r^2) = 0,2652 atau sebesar 26.52 %

Promosi (X2) memiliki korelasi parsial sebesar 0,328 sehingga determinasi parsial (r^2) = 0,1076 atau sebesar 10.76 %

Citra merk (X3) memiliki korelasi parsial sebesar 0,409 sehingga determinasi parsial (r^2) = 0,1672 atau sebesar 16.72 %

Berdasarkan hasil perhitungan r^2 tersebut, maka dapat ditunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen toko Wahyu Redjo di Surabaya. karena koefisien determinasi parsial r^2 variabel kualitas produk sebesar 26.52 % lebih besar daripada variabel bebas lainnya. Dengan demikian hipotesa ke empat tersebut telah terbukti kebenarannya.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda didapatkan nilai $Y = 0,503 + 0,419X_1 + 0,231X_2 + 0,285X_3$ ke ketiga variabel yang meliputi kualitas produk, promosi dan citra merk berpengaruh positif dan searah terhadap kepuasan konsumen toko Wahyu Redjo di Surabaya. Dari hasil perhitungan SPSS koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai r^2 sebesar 26.52% lebih besar daripada variabel bebas lainnya.

Pengaruh Kualitas Produk Perhiasan UBS Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Wahyu Redjo di Surabaya

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan di toko Wahyu Redjo di Surabaya secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap terhadap produk yang ditawarkan. Dari persepsi responden terhadap kualitas produk memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4.13 pada pernyataan "Tidak sering rusak (awet), ini mengindikasikan bahwa kualitas barang Emas di Toko

Wahyu Redjo baik. Walaupun masih ada tanggapan yang kurang baik mengenai hal warna produk konsumen yang beranggapan cepat pudar warna emas, hal ini disebabkan menurut pendapat konsumen emas yang dipakai selama 2 tahun jarang di cuci atau diservice ke took wahyu Redjo.

Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Wahyu Redjo di Surabaya

Dengan adanya promosi maka konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian responden pihak toko selalu memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk baru lewat booklet ataupun instagram dan Mensukseskan penjualan dengan road show pameran, dengan memberikan informasi merupakan salah satu promosi yang efektif selama ini dilakukan oleh pihak toko Wahyu Redjo di Surabaya. Pihak toko selama ini tidak menjadi sponsor acara dikarenakan keterbatasannya biaya dan kurang efektif bila melakukan promosi menjadi sponsor – sponsor.

Pengaruh Citra Merk Perhiasan UBS Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Wahyu Redjo di Surabaya

Untuk menciptakan citra merek yang baik di benak pelanggan, sebuah produk harus memiliki sebuah ciri khas atau karakter yang berbeda dari produk pesaing lain. Apabila produk sudah memiliki karakter yang kuat maka akan menimbulkan citra yang baik di benak pelanggan dan hal tersebut dapat menimbulkan loyalitas pelanggan dengan cara penyebaran informasi yang positif oleh pelanggan tentang sebuah produk, merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, dan produk tersebut menjadikan pilihan yang utama dari pada produk lain

Simpulan

- A. Berdasarkan pembahasan pada bab V terkait Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Perhiasan Emas UBS terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Wahyu Redjo di Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :
- B. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan searah terhadap kepuasan konsumen toko Wahyu Redjo di Surabaya hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga hipotesa pertama terbukti kebenarannya
- C. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif dan searah terhadap kepuasan konsumen toko Wahyu Redjo di Surabaya hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0.044 < 0.05$ sehingga hipotesa kedua terbukti kebenarannya

Saran

1. Bagi Perusahaan

Variabel Kualitas Produk Perhiasan Emas UBS merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada Toko Wahyu Redjo di

Surabaya, oleh sebab itu diharapkan untuk Perusahaan UBS untuk tetap menjaga standard kualitas produknya.

2. Bagi Toko Emas Wahyu Redjo

Dengan hasil yang sudah diperoleh bahwa kualitas produk perhiasan emas UBS merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, maka diharapkan toko emas wahyu redjo produknya didominasi oleh pabrikan emas yang mengutamakan kualitas karna dengan kualitas yang baik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang perhiasan emas UBS pada toko wahyu redjo di Surabaya adalah:

a. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain faktor kualitas produk, promosi dan citra merek.

b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak lagi sumber maupun referensi yang terkait dengan perhiasan emas agar hasil penelitian lebih baik dan lebih lengkap.