

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EXTERIOR STORE SURABAYA

Badarudin Firmantika Ahmad

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: badarudin420@gmail.com

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EXTERIOR STORE SURABAYA

Exterior Store Surabaya merupakan salah satu industri kecil menengah yang ada di Surabaya. Bertempat di jalan Sukomanunggal No. 124, Kecamatan Sukomanunggal, Kota Surabaya. Industri kecil menengah ini memproduksi dan menjual beragam kebutuhan pakaian dan aksesoris seperti kemeja, *T-shirt*, jaket, celana, sepatu, dompet, gelang, hingga jam tangan yang terorientasi untuk memenuhi kebutuhan tren anak muda. Produk yang dipasarkan di distro tersebut tidak hanya produk hasil karya sendiri namun juga ada produk titipan dari *clothingan* yang lain.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Exterior Store Surabaya. Dalam penelitian ini terdapat populasi sebanyak 900 konsumen, dengan jumlah sampel 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis accidental sampling. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji Validitas, Uji T dan Uji F.

Pada hasil penghitungan menggunakan SPSS 24 dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dari kualitas produk (X1), Harga (X2), dan pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai signifikan 0,000 dan yang paling berpengaruh signifikan diantara ketiga variabel bebas adalah kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Layanan, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin maju dan modern, maka permintaan suatu produk dan jasa terhadap kebutuhan konsumen semakin meningkat. Menyebabkan ilmu pengetahuan dan teknologi juga meningkat. Inovasi teknologi dalam menghasilkan produk semakin bertambah besar, karena inovasi dapat

berkulturasikan dengan kualitas produk dan harga sehingga menjadikan era globalisasi sebagai era persaingan produk atau jasa dan harga untuk mencapai produksi dan tingkat produktivitas yang telah ditetapkan perusahaan. Maka perusahaan harus lebih memperhatikan produktivitas dengan memperhatikan efektivitas dan efisiensi.

Kualitas produk, harga, dan pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik dapat memberikan citra baik bagi perusahaan, ditambah lagi dengan pelayanan yang baik dan profesional dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Distro merupakan tempat yang paling umum dikalangan anak muda untuk berbelanja pakaian, karena distro pada umumnya menjual beragam pakaian yang beraneka ragam desainnya. Distro adalah singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet*, adalah jenis toko yang menjual pakaian dan aksesoris hasil produksi sendiri dan clothing hasil produksi pengusaha clothing lainnya yang dititipkan di distro tersebut.

Exterior store merupakan salah satu industri kecil menengah yang ada di Surabaya. Bertempat di jalan Sukomanunggal No. 124, Kecamatan Sukomanunggal, Kota Surabaya. Industri kecil menengah ini memproduksi dan menjual beragam kebutuhan pakaian dan aksesoris seperti kemeja, *T-shirt*, jaket, celana, sepatu, dompet, gelang, hingga jam tangan yang terorientasi untuk memenuhi kebutuhan tren anak muda. Produk yang dipasarkan di distro tersebut tidak hanya produk hasil karya sendiri namun juga ada produk titipan dari clothingan yang lain.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian terdapat rumusan masalah untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Exterior store?
2. Apakah terdapat pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Exterior store?
3. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Exterior store?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga, dan pelayanan pada Exterior store?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Exterior store.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Exterior store.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Exterior store.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan pada Exterior store.

LANDASAN TEORI

Menurut (Assauri 2015 : 211) Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk atau jasa itu (Philip Kotler 2012:132).

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, tidak mengakibatkan kepemilikan apapun yang pada dasarnya tidak berwujud (Kotler 2016).

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan dengan rasa berdasarkan pengalaman yang didapatkan (Fandy Tjiptono 2016:74).

Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan berdampak positif terhadap sebuah usaha atau perusahaan, dengan adanya kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

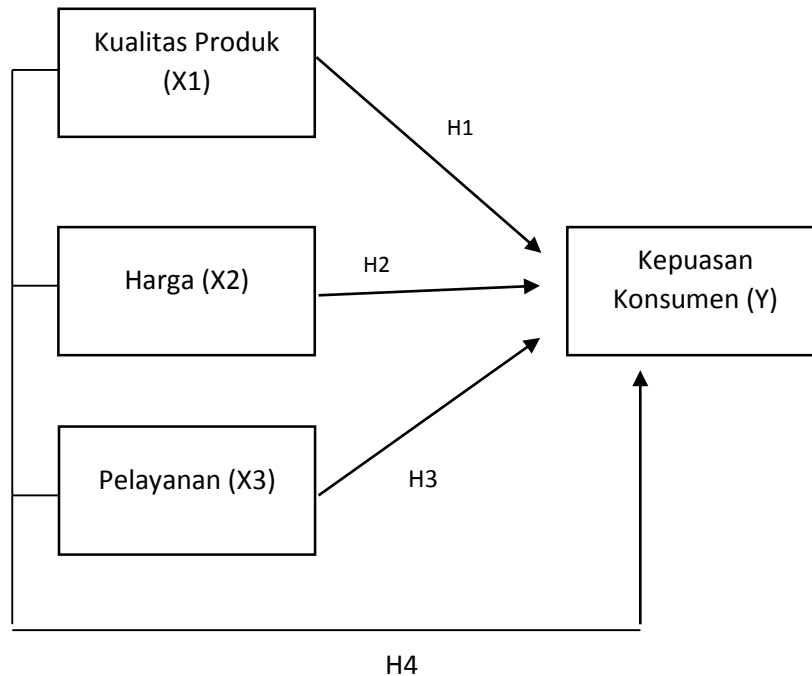
Hubungan Antar Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel. Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan harga produk yang terjangkau atau relatif murah akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hubungan Antar Variabel Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan merupakan nilai atau keunggulan layanan dari perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan konsumen yang didapatkan dari pelayanan yang profesional atau baik yang sudah diberikan perusahaan terhadap konsumen.

KERANGKA KONSEPTUAL



HIPOTESIS PENELITIAN

H1 : Kualitas Produk terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H2 : Harga produk terdapat pengaruh terhadap Kepuasan konsumen

H3 : Pelayanan terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen

H4 : Kualitas produk, harga, dan pelayanan terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis metode survey. Dalam survey informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut (Sugiyono 2013:11) Penelitian survey adalah penyelidikan yang dilakukan untuk mendapat fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdapat 900 konsumen pada Exterior Store Surabaya. Sampel dalam penelitian ini yakni responden yang membeli produk di Exterior Store Surabaya dengan jumlah sampel yang ditetapkan, mengacu pada

rumus Malhotra. Menurut (Malhotra, 2006:291) dalam analisis ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5, atau $5 \times$ jumlah variabel. Dengan demikian peneliti menggunakan 20 indikator pertanyaan dari 4 variabel, maka untuk menentukan jumlah sampel sebagai berikut, $20 \times 5 = 100$ responden.

Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non-probability jenis accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu teknik analisis data dengan menggunakan rumus-rumus statistik untuk mendukung pengujian hipotesis. Menurut (Sugiyono 2015:23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki nilai atau kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot untuk dapat dihitung menggunakan SPSS 24.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear

Tujuan penelitian menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda ini untuk mengetahui sejauh mana parameter suatu variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) menggunakan alat hitung SPSS 24.

Tabel 4.9

Hasil Regresi Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Dependen

| Model | | Coefficients ^a | | Standardize | | |
|-------|-----------------|---------------------------|------------|-------------|-------|------|
| | | Unstandardized | | Beta | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 2,792 | 2,144 | | 1,302 | ,196 |
| | KUALITAS PRODUK | ,389 | ,105 | ,330 | 3,710 | ,000 |
| | HARGA | ,182 | ,090 | ,187 | 2,029 | ,045 |
| | PELAYANAN | ,304 | ,100 | ,287 | 3,049 | ,003 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan untuk menyusun persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 2,792 + 0,389X_1 + 0,182X_2 + 0,304X_3 + e$$

Dari bentuk persamaan regresi linear berganda diatas, dapat diketahui secara rinci yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 2,792 menyatakan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2) dan Pelayanan (X3) nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen adalah positif dengan nilai Unstandardized Coefficients B sebesar 2,792.
2. Nilai koefisien kualitas produk (X1) sebesar 0,389 menunjukkan apabila kualitas produk sebagai (X1) mengalami kenaikan satu kesatuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,389 satuan.
3. Nilai koefisien harga (X2) sebesar 0,182 menunjukkan apabila harga (X2) mengalami kenaikan satu kesatuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,182 satuan.
4. Nilai koefisien pelayanan (X3) sebesar 0,304 menunjukkan apabila pelayanan (X3) mengalami kenaikan satu kesatuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,304 satuan.

Koefisiensi Determinasi

Tabel 4.10

Hasil Koefisiensi Determinasi

| Model Summary | | | | | | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----|-----|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | Change Statistics | | | Sig. F Change |
| | | | | | | F Change | df1 | df2 | |
| 1 | ,635 ^a | ,403 | ,384 | 1,276 | ,403 | 21,572 | 3 | 96 | ,000 |

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA

Dalam tabel diatas, didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisiensi determinasi) sebesar 0,384 yang artinya memiliki pengaruh variabel independen (X) dari Kualitas produk (X1), harga (X2), dan Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) Kepuasan Konsumen.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.11

Perhitungan Uji F (Simultan)

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 105,436 | 3 | 35,145 | 21,572 | ,000 ^b |
| | Residual | 156,404 | 96 | 1,629 | | |
| | Total | 261,840 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA

Dari hasil tabel 4.11 dapat diketahui hasil hitung Uji F pada regression mendapat hasil dengan taraf signifikan 0,000 kurang dari 0,05 dan hasil dari F hitung sebesar 21,572. Dari hasil tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4.12

Perhitungan Uji T (Parsial)

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,792 | 2,144 | | 1,302 | ,196 |
| | KUALITAS PRODUK | ,389 | ,105 | ,330 | 3,710 | ,000 |
| | HARGA | ,182 | ,090 | ,187 | 2,029 | ,045 |
| | PELAYANAN | ,304 | ,100 | ,287 | 3,049 | ,003 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t di atas menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan. Diduga karena kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen menjadi puas terhadap

barang yang dibeli. Dapat dibuktikan dengan nilai t hitung bernilai 3,710 pada sig. 0,000.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil penelitian menunjukkan variabel harga dengan nilai T hitung sebesar 2,029 dengan nilai sig. 0,045. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil penelitian uji t menunjukkan variabel pelayanan dengan nilai T hitung 3,049 dengan nilai sig. 0,003. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan secara parsial dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena dengan pelayanan yang baik dan profesional dapat membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan

Konsumen

Dari semua hasil pengujian hipotesis antara kualitas produk, harga, dan pelayanan yang memiliki pengaruh paling besar dan paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari nilai T hitung 3,710 pada sig. 0,000.

SIMPULAN

1. Variabel Kualitas produk secara parsial dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena dapat dibuktikan dengan nilai T hitung 3,710 dan nilai sig. 0,000.
2. Variabel Harga secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar 2,029 dan nilai sig. 0,045.
3. Variabel Pelayanan secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dibuktikan dengan nilai T hitung 3,049 dan nilai sig. 0,003.
4. Dari semua hasil pengujian hipotesis antara kualitas produk, harga, dan pelayanan yang memiliki pengaruh paling besar dan paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari nilai T hitung 3,710 pada sig. 0,000.

SARAN

Berdasarkan penelitian diatas, adapun saran-saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk Exterior Store perlu terus ditingkatkan karena kualitas produk Exterior Store termasuk dalam kategori tinggi sehinggadapat membuat konsumen merasa puas.
2. Harga jual yang dimiliki Exterior Store sudah cocok dan sebanding dengan kualitas produk. Untuk Exterior Store perlu sering memberikan harga diskon supaya konsumen bisa lebih loyalitas untuk membeli produk.
3. Pelayanan yang diberikan Exterior Store sangat baik perlu dipertahankan sehingga dapat membuat konsumen merasa nyaman dan puas ketika berbelanja.
4. Kepuasan konsumen Exterior Store perlu terus ditingkatkan. Karena dengan kepuasan konsumen yang tinggi dapat membuat Exterior Store lebih dikenal banyak orang dan mempunyai peluang menambah konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Nur Fatoni*, 2018. **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distro RSCH di Yogyakarta**. Jurnal Ekobis Dewantara, Volume 01. Nomor 04, Hal 53-62.
- Assauri, Sofjan*, 2015. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bagus Handoko*, 2017. **Pengaruh Promosi, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan**. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Volume 18. Nomor 1. Hal 61-72.
- Danang Agus Riyanto*, 2017. **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung**. Universitas Nusantara PGRI Kediri, Volume 01. Nomor 05. Hal 3-12.
- Fandy Tjiptono*, 2016. **Service, Quality & satisfaction**. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam*. 2018. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Malhotra, Naresh K.* 2006. **Marketing Research An Applied Orientation**. Prestice Hall, United State Of America.
- Mohamad Yusak Ansori*, 2013. **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake**. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Volume 06. Nomor 01. Hal 1-8.
- Rima Sukmawati*, 2018. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Caffé Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta**. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 07. Nomor 02, Hal 130-142.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong*, 2012. **Principles Of Marketing**, Edisi 14, New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kotler, Philip dan Keller, K.N.* 2012. **Marketing Management**, Edisi 14, New Jersey: Prentise Hall Published.
- _____. 2016. **Marketing Management**, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono*, 2013. **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

- _____, 2015. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2016. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Windarti, T dan Ibrahim, M.* 2017. **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu**. *Jom Fisip* Vol. 4 No. 2, Hal 1-10.