

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SIMPATI DI KOTA PADANG

THE INFLUENCE OF PRODUCT ATRIBUTTE ON BUYING DECISION CONVERSE ALL STAR SHOES (STUDY ON BUSINESS ADMINISTRATION STUDENT 2013 TELKOM UNIVERSITY)

Ferdi Chandra Putra, Farah Oktafani, SE, MM

Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

Email : penkchandra@gmail.com, farahokt@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini persaingan operator telekomunikasi di Indonesia sangat ketat. Terlihat dari operator yang memberikan banyak bonus, salah satunya adalah Telkomsel. Salah satu produk Telkomsel adalah simPATI. Pengguna operator di Indonesia sebagian besar adalah remaja, dengan kisaran 19 sampai 24 tahun di seluruh Indonesia. Mereka menggunakan operator seluler tidak hanya untuk SMS atau telepon melainkan untuk mencari informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan simPATI di Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Regresi Linier Sederhana. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan skala yang digunakan adalah skala ordinal. Metode observasi yang digunakan adalah wawancara dan penyebaran kuisioner. Penelitian ini memilih populasi pengguna Simpati di kota Padang sebanyak 59.929 selama tahun 2016 dengan cara menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden kepada masyarakat di Kota Padang. Setelah itu, data diolah dengan menggunakan SPSS 22. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki persentase sebesar 77,22% dan kepuasan pelanggan simPATI sebesar 69,92%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan simPATI di Kota Padang termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan pengujian hipotesis determinasi mendapatkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 43,1% terhadap kepuasan pelanggan masyarakat di Kota Padang. Sedangkan 56,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas produk.

Kata kunci: Kualitas produk, Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Currently the competition of telecommunication operators in Indonesia is very tight. Seen from the operator that provides many bonuses, one of which is Telkomsel. One of Telkomsel's products is simPATI. Operator users in Indonesia are mostly teenagers, with a range of 19 to 24 years old across Indonesia. They use mobile operators not only for SMS or phone but to search for information. This study aims to analyze the effect of product quality on the satisfaction of simPATI in Padang City. The method used in this research is Simple Linear Regression Method. The type of this research is quantitative descriptive research and the scale used is ordinal scale. Observation methods used were interview and questionnaire distribution. This study chose the user population of sympathy in the city of Padang as much as 59.929 during 2016 by distributing a questionnaire of 100 respondents to the public in the city of Padang. After that, the data is processed using SPSS 22. Descriptive analysis showed that the quality of the product has a percentage of 77.22% and customer satisfaction simPATI amounted to 69.92%. These percentages show that product quality and customer satisfaction simPATI in Padang included in the category good. based on hypothesis test of determination to get the result that the quality of the product has the

effect of 43.1% on customer satisfaction communities in Padang. While 56.9% influenced by other factors outside product quality.

Keywords: *Product quality, Customer satisfaction*

1. Pendahuluan

Saat ini persaingan antar operator telekomunikasi di Indonesia sangat ketat. Terlihat dari operator yang memberikan banyak bonus, salah satu operator terbesar di Indonesia adalah Telkomsel. Pengguna operator di Indonesia sebagian besar adalah remaja, dengan kisaran 19 sampai 24 tahun di seluruh Indonesia. Mereka menggunakan Operator seluler tidak hanya untuk SMS atau telepon melainkan untuk mencari informasi seputar pendidikan, mencari informasi bidang terkait perkuliahan, terhubung dengan teman lama dan untuk hiburan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 orang di Kota Padang pengguna simPATI yang dijadikan objek penelitian, dalam rangka penelitian pendahuluan maka diperoleh informasi bahwa masyarakat pengguna simPATI masih mengeluh terkait dengan kualitas produk simPATI. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat fenomena terkait kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari hasil wawancara di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan simPATI Di Kota Padang**”.

2. Kajian Teori

2.1 Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:5) mengemukakan pengertian manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan tumbuh pelanggan melalui penciptaan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2.2 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran.

Ada empat unsur bauran pemasaran menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) yaitu :

1. *Product*
2. *Price*
3. *Place*
4. *Promotion*

2.3 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) konsumen membentuk preferensi antar produk dalam kumpulan pilihan. Konsumen membentuk maksud untuk membeli produk atau merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan pembelian, konsumen dapat membentuk lima subkeputusan, yaitu :

1. Pilihan produk/ merek
2. Pilihan penyalur
3. Kuantitas
4. Waktu pembelian
5. Metode pembayaran

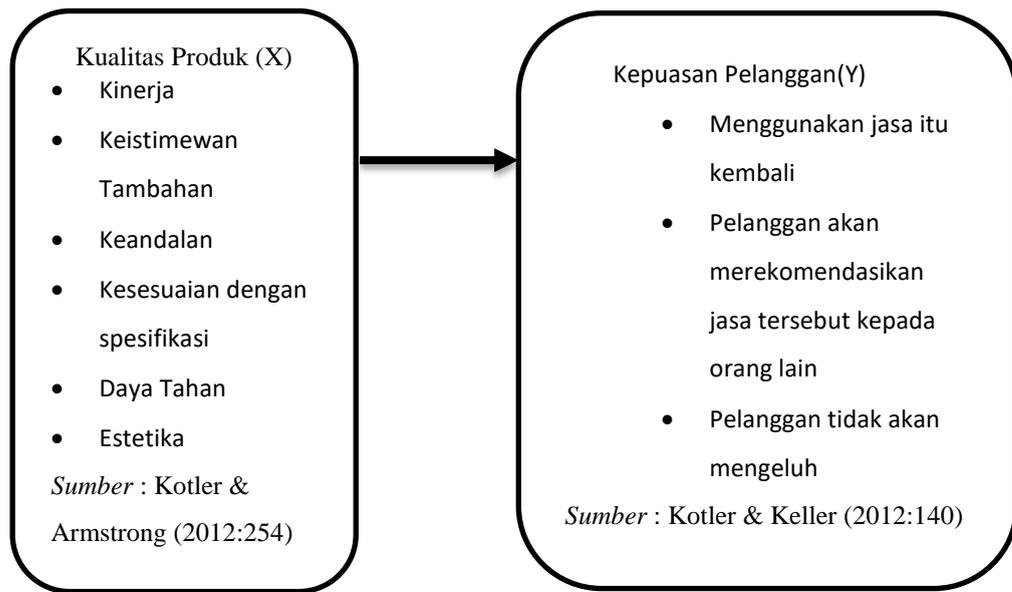
2.4 Atribut Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:140) kualitas produk merupakan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2012:254), ada 6 dimensi kualitas produk, di antara

6. kinerja
7. Keistimewaan tambahan
8. Keandalan
9. Kesesuaian dengan spesifikasi
10. Daya tahan
11. estetika

2.5 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010:8).

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan kausal. Menurut Seperti Sugiyono (2011:20) penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual. Sedangkan penelitian kausalitas adalah penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Padang dan dalam penelitian ini jumlah populasi dari masyarakat di kota Padang diketahui dengan pasti jumlahnya. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2011:85) *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.3 Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menafsirkan data-data dan keterangan yang telah diperoleh dari responden dengan cara mengumpulkan, menyusun dan mengklasifikasikan data-data tersebut agar diketahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada masyarakat di kota Padang

2. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut

$$Y = a + bX$$

3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis statistik dalam penelitian ini sebagai berikut :

Ho : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan simPATI.

Ha : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan simPATI.

a. Uji-T (Regresi Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variable dependen yang lain konstan. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis alternatif diterima.
- Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis alternatif ditolak.

4. Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

1. Analisis Deskriptif Kualitas Produk

Secara keseluruhan variabel kualitas produk berada pada skor 77,23% dan masuk ke kategori baik. Dalam variabel kualitas produk yang memiliki persentase terbesar adalah masyarakat Kota Padang merasa produk simPATI mudah dalam penggunaannya yaitu sebesar 88,8% termasuk kategori “sangat baik” hal ini membuktikan bahwa hampir semua responden dapat dengan mudah menggunakan produk simPATI. Dan tanggapan mengenai kartu simPATI mudah dipotong termasuk dalam kategori “Cukup Baik” dengan persentase terkecil dalam variabel kualitas produk sebesar 65,8%

2. Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan pelanggan pada produk simPATI sebesar 69,92% termasuk kategori baik. Tanggapan responden mengenai pernyataan masyarakat Kota Padang puas terhadap kualitas produk simPATI dan tidak pernah *complain* terkait kualitas produk yang diberikan termasuk ke dalam kategori “Baik” dengan persentase terbesar dalam variabel kepuasan pelanggan sebesar 72,8%. Tanggapan responden mengenai masyarakat Kota Padang merekomendasikan orang-orang terdekat untuk menggunakan simPATI termasuk ke dalam kategori “Baik” dengan persentase terkecil dalam variabel kepuasan pelanggan sebesar 66,6%.

3. Analisis Regresi sederhana

Pada penelitian ini, analisis regresi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel Kualitas Produk (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Tujuannya untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel kualitas Produk dalam hubungan sebab akibat terhadap nilai variabel Kepuasan Pelanggan. Bentuk umum persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Tabel 4.7
Hasil Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant) kualitas	2,757	1,720
produk (X)	.272	.032

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 4.7 maka model persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,757 + 0,272X$$

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sebaiknya simPATI lebih meningkatkan kualitas produk dengan memperluas BTS-BTS yang ada di Indonesia agar kualitas sinyal bisa terus stabil dan konsisten, karena hal itu akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelanggan akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, pelengkap inovatif yang terbaik.
2. simPATI harus selalu memperhatikan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan, karena hal ini akan membantu simPATI untuk menjaga kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada penggunaannya untuk selalu memakai simPATI sebagai provider dengan kualitas terbaik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Perusahaan agar mempertahankan atribut produk dari sepatu Converse All Star yang dinyatakan baik menurut tanggapan responden namun harus tetap menciptakan produk-produk yang inovatif karena dunia fashion sangat lah kompetitif.
2. Perusahaan agar lebih meningkatkan program promosi nya seperti membuat member id, untuk setiap pembeli yang ingin membuat member id memiliki keuntungan seperti untuk setiap pembelian sepatu Converse All Star selanjutnya akan mendapatkan diskon
3. Perusahaan disarankan agar menelaah dan melakukan penelitian terhadap faktor- faktor lain di luar Atribut produk yang memiliki pengaruh cukup besar. Berdasarkan hasil koefisien determinasi yaitu sebesar 67%.

5.2 .2 Saran Bagi Peneliti

1. Memperbesar jumlah responden guna meningkatkan keterwakilan hasil penelitian dengan keadaan populasi sebenarnya.
2. Dapat menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen mengingat adanya faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 56,9% yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas pelayanan, loyalitas dll.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ebert, Ronald J. & Ricky W. Griffin, 2006, "Bisnis", Alih Bahasa Rd. Soemarnagara, Jakarta:Erlangga
- [2] Fandy Tjiptono, (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta:Andi
- [3] Ghozali, I. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Kotler & Armstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke -12 Jilid 1. Bandung:Alfabeta.
- [5] Kotler & Keller, (2012). Manajemen Pemasaran Edisi ke -13 Jilid 1 Jakarta:Erlangga.
- [6] Setiawan & Endah. (2010). Ekonometrika. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET.
- [7] Sugiyono, (2002). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- [8] Sugiyono, (2012). Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV Alfabeta..
- [9] _____. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- [10] _____. (2014). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- [11] Suharsaputra, U. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan. Bandung : PT Refika Aditama.
- [12] Suwatno & Priansa, Donni. (2013). Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik dan Bisnis (cetakan ketiga) Bandung:Alfabeta.

