

KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FUDIA BAKERY BANDAR LAMPUNG

Desi Derina Yusda

Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

desiderina@umitra.ac.id

Abstrak

Konsep pemasaran saat ini menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama namun saat ini konsumen juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan fisik produk tapi konsumen melihat dari kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Fudia Bakery Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Fudia Bakery Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik pengambilan sampel *incidental*, pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan studi pustaka dan dokumentasi. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fudia Bakery Bandar Lampung. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 76,6% yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki kemampuan untuk menjelaskan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 23,4% dapat dijelaskan oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, *Features*, *Durability*

Abstract

The current marketing concept places consumers as the main concern. More and more companies produce products with the same types and uses, but nowadays consumers are also more selective and critical in choosing products. Consumers no longer buy products based on the physical product, but consumers see the quality of the product. The purpose of this study was to determine the effect of product quality on consumer satisfaction at Fudia Bakery Bandar Lampung. The population in this study were consumers of Fudia Bakery Bandar Lampung with a total sample of 100 respondents using incidental sampling techniques, primary data collection using questionnaires and secondary data collection using literature study and documentation. Testing the hypothesis in this study using double linear regression with the results of product quality has a significant effect on customer satisfaction Fudia Bakery Bandar Lampung. The coefficient of determination obtained is 76.6%, which indicates that product quality has the ability to explain customer satisfaction, while the remaining 23.4% can be explained by variables or other factors not examined in this study.

Keywords: *Product Quality*, *Customer Satisfaction*, *Features*, *Durability*

1. PENDAHULUAN

Orientasi dunia pemasaran saat ini mengalami perubahan dari berorientasi pada keuntungan kepada orientasi kepuasan. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Perusahaan harus mengetahui tentang perilaku konsumen untuk dapat mempengaruhi konsumen dalam rangka merebut pangsa pasar. Setelah dapat memimpin pasar, perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk. Pangsa pasar atas produk yang dimiliki perusahaan dapat mengalami penurunan dan kenaikan. Penurunan pangsa pasar dapat disebabkan karena produk sudah tidak disukai konsumen, tidak memenuhi selera konsumen dan semakin ketatnya persaingan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kepuasan pelanggan merupakan kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016:173) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik. Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Banyak perusahaan roti yang memamerkan produk unggulan mereka terutama dari segi penampilan. Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya. Kotler and Armstrong (2018:283) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sureshchandar et al (2012) mengatakan bahwa kualitas produk/jasa dan kepuasan merupakan dua konsep inti dalam praktek pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah penelitian diskriptif yaitu untuk menjelaskan karakteristik variable yang diteliti dalam suatu studi. Metode penelitian ini adalah kuantitatif yaitu salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan tersuktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Arikunto (2013) Jenis penelitian

kuantitatif seperti berdasarkan fakta, bebas prasangka, menggunakan prinsip analisa, menggunakan hipotesa, menggunakan ukuran objektif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan observasi.

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah konsumen Fudia Bakery Bandar Lampung. Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Populasi dalam penelitian ini dinamis dan besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka sampel diambil dari populasi yang harus betul-betul representif (mewakili) sehingga sampel dibatasi 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental sampling. Dalam teknik insidental sampling, penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Pada penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan adalah data primer, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Fudia Bakery. Menurut Juliansyah Noor (2011) kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar 33 pertanyaan tersebut. Sedangkan menurut Sugiyono (2014) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linear

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,264	1,101		5,690	,000
Features	,158	,019	,475	8,473	,000
Durability	,275	,047	,329	5,859	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah Tahun 2022

Dari perhitungan tersebut lalu dimasukkan kedalam persamaan regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 6,264 + 0,158.X_1 + 0,275.X_2$$

Dengan penjelasan sebagai berikut:

- α = Nilai konstanta sebesar 6,264. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *Features* (X1) dan *Durability* (X2) dianggap bernilai konstan atau nol, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 6,264.
- b_1 = Nilai koefisien regresi variabel *Features* (X1) sebesar 0,158. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel X1 akan mempengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 0,158.
- b_2 = Nilai koefisien regresi variabel *Durability*(X2) sebesar 0,275. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel X2 akan mempengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 0,275.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 2
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,264	1,101		5,690	,000
	Features	,158	,019	,475	8,473	,000
	Durability	,275	,047	,329	5,859	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk variabel *Features* (X1) sebesar 8,473 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,473 > 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *Features* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Fudia Bakery.
2. Hasil uji t untuk variabel *Durability*(X2) sebesar 5,859 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,859 < 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *Durability* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Fudia Bakery.

b. Uji F

Tabel 3

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	320,190	2	160,095	110,999	,000 ^b
	Residual	320,192	222	1,442		
	Total	640,382	224			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), <i>Features</i> , <i>Durability</i>						

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 110,999. Sehingga sesuai dengan kriteria $F_{hitung} 110,999 > F_{tabel} 3,88$. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari *Features* (X1) dan *Durability* (X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan konsumen Fudia Bakery Bandar Lampung.

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875	,766	,712	2080.07168
a. Predictors: (Constant), <i>Features</i> , <i>Durability</i>				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R square* adalah sebesar 0,766. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari *Features* (X1) dan *Durability* (X2) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Fudia Bakery sebesar 76,6%.

4. KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis secara parsial memverifikasi jika variabel *Features* (X1) dan *Durability* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Fudia Bakery. Sesuai perhitungan koefisien determinasi (R^2), maka diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0.766 angka ini menjelaskan jika sebesar 76,6%. Kepuasan Konsumen Fudia Bakery ditentukan *Features* (X1) dan *Durability* (X2) sisanya sebesar 23,4% akibat penyesuaian faktor lain.

Bersumber pada hasil riset ini, *Fudia Bakery* perlu menambah ketersediaan produk- produk yang bervariasi memanfaatkan desain yang menjajaki tren, harga barang yang lumayan bersaing dengan toko bakery yang sama dan strategi promosi yang lain, jadi tidak hanya mengandalkan *Features* dan *Durability* dari sebuah produk tetapi lebih penekanan ke mutu pelayanan ataupun desain produk yang butuh ditingkatkan, atau dapat juga memperhatikan ke faktor kualitas produk lainnya seperti *Performance*, *Reliability* dan *Serviceability* agar konsumen menerima kepuasan atas produk yang dibelinya dan hendak melakukan pembelian ulang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Armstrong, M., dan Taylor, S. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice 13th edition*. United Kingdom: Kogan Page.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Rajawali Press.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, dan Jerome McCarthy. (terjemah Afia R. Fitriati dan Ria Cahyani). 2008. *Pemasar Dasar (Pendekatan Manajerial Global)*. Edisi 16. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sureshchandar. (2002). *The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction-a Factor Specific Approach*. *Services Marketing*, 45(4).
- Yusda, D. D. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Smartphone Merek Samsung Galaxy J5 Pro Di Kabupaten Pringsewu. *GEMA: Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 127-136.