

## ANALISIS KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Conie Nopinda Br Sitepu<sup>1)</sup>, Dra. Menanti Sembiring<sup>2)</sup>, Rupantra<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup>Dosen Universitas Quality

<sup>3)</sup>Mahasiswa Universitas Quality Berastagi

Email : [conie.sitepu@gmail.com](mailto:conie.sitepu@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan susu kedelai UD Pak Suroto. Jenis ini Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode menentukan sampel menggunakan rumus slovin berjumlah 100 orang. Analisis data Teknik yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, heteroskedastisitas uji, uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Metode yang digunakan adalah metode regresi linier sederhana. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dimana nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel yaitu  $5,356 > 1,660$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,226 yang menunjukkan bahwa kualitas produk dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan dengan 22,6%, sisanya 74,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diusulkan dalam hal ini belajar.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality on customer satisfaction of UD Pak Suroto's soy milk. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The method of determining the sample using the slovin formula totaling 100 people. The data analysis technique used is validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, partial test (t test) and coefficient of determination test ( $R^2$ ). The method used is a simple linear regression method. The results showed that product quality partially had a positive effect on customer satisfaction where the tcount value was greater than the ttable value, namely  $5.356 > 1.660$  with a significance level of 0.000.*

**Keywords:** Product Quality, Customer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Latar Belakang Perkembangan bisnis di era globalisasi berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perkembangan yang berkesinambungan. Salah satu contoh perkembangan bisnis adalah dalam hal teknologi dan gaya hidup. Dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh gobalisasi yang terjadi saat ini. Saat ini jumlah produk yang bersaing dalam pasar menjadi beragam dan

sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa sesuai kebutuhan yang konsumen inginkan. Dengan adanya banyak persaingan hal itu menuntut pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuannya agar dapat bersaing di pasar. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan

menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari industri susu kedelai, membuat industri susu kedelai semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik pelanggan. Gunanya menarik pelanggan tidak hanya untuk menunjukkan eksistensi dari industri, tetapi juga untuk mempertahankan tingkat penjualan pada industri susu kedelai tersebut apakah sudah sesuai dengan target yang ditetapkan.

Semakin berkembangnya bisnis susu kedelai di Kabupaten Karo, pihak pelaku usaha rumahan susu kedelai harus bekerja keras untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal tersebut sangat penting karena banyaknya persaingan yang sangat ketat dari pelaku bisnis usaha rumahan susu kedelai lainnya yang masing masing pelaku bisnis berusaha menampilkan produk yang dihasilkan, kualitas dan keunggulan produk mulai dari kelezatan susu kedelai itu sendiri. Dengan banyaknya persaingan bisnis rumahan susu kedelai menunjukkan besarnya prospek pasar dan minat konsumen terhadap produk ini. Salah satunya adalah usaha rumahan UD Pak Suroto yang membuat produksi susu kedelai dan dipasarkan kepada masyarakat di sekitar wilayah Kabupaten Karo.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan jika ingin produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk membuat produk tersebut bernilai jual lebih dibandingkan produk pesaing. Saat ini konsumen semakin kritis dalam memilih untuk mengkonsumsi produk mana yang akan dibelinya. Dengan produk yang berkualitas serta banyaknya varian rasa yang dihasilkan oleh susu kedelai, bukan tidak mungkin untuk menarik minat

masyarakat terhadap susu kedelai.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum jika kualitas produk sesuai harapan pelanggan, tetapi jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Maka tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu industri susu kedelai. Walaupun susu kedelai telah dikenal oleh masyarakat, tetapi dalam hal memasarkan produk susu kedelai ini, industri dalam pembuatan susu kedelai masih memiliki banyak kendala.

Berdasarkan hasil informasi dan wawancara dengan Pak Suroto pemilik industri Usaha Dagang susu kedelai, masalah tersebut adalah minat beli pelanggan susu kedelai yang mengalami penurunan. Berdasarkan gejala tersebut, penulis melakukan wawancara terhadap pelanggan susu kedelai Pak Suroto yang berada disekitar Kota Berastagi, mereka menilai bahwa (1) susu kedelai memiliki rasa yang kurang enak, (2) susu kedelai memiliki kemasan yang kurang menarik, (4) tidak memiliki tanggal kadaluarsa sehingga pembeli tidak mengetahui jangka waktu dalam penggunaan susu kedelai, (5) harus cepat dikonsumsi karena susu kedelai tidak tahan lama dan (6) bahan kemasan yang digunakan cenderung kurang kuat sehingga kemasan dari susu kedelai rawan pecah dan bocor jika terjatuh.

#### **URAIAN TEORITIS**

Firmansyah (2019:3) Produk dapat diartikan “sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan

atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya

Adapun atribut-atribut yang menyertai produk menurut Kotler dan Armstrong dalam Firmansyah (2019:12) meliputi beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar. Ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. Untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan

2. Fitur produk

Fitur produk adalah suatu produk bisa ditawarkan dalam beragam fitur, model dasar, model tanpa tambahan apapun, ini merupakan titik awal. Fitur yaitu sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk pesaing

3. Gaya dan Desain Produk

Desain memiliki konsep yang lebih luas dibanding daya (style). Selain mempertimbangkan faktor penampilan, desain juga bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan menambah keunggulan bersaing

4. Merek

Merek (brand) adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain. Atau kombinasi semuanya, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk jasa. Konsumen akan memandang sebagai bagian penting dari produk dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk

5. Kemasan

Kemasan (packaging) melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus sebuah produk. Kemasan yang didesain buruk dapat menyebabkan konsumen enggan membelinya dan perusahaan akan kehilangan penjualan. Sebaliknya, jika kemasan inovatif akan bisa

memberikan manfaat pada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan

6. Label

Label bisa berupa penanda sederhana yang ditempelkan pada produk hingga rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan. Label ini memiliki beberapa fungsi diantaranya menunjukkan produk atau merek dan menggambarkan beberapa hal tentang produk

Maramis (2018:18) kualitas produk adalah “kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”. Menurut Tjiptono & Chandra (2016:204) “Kata kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai dan “facio” (melakukan atau membuat).

Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Windasuri & Hyacintha (2016:64) kepuasan pelanggan adalah “suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”.

Giese dan Cote dalam Tjiptono & Diana (2015:25), mengidentifikasi tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pelanggan sebagai berikut.

1. Tipe respon (baik respon emosional/afektif maupun kognitif) dan intensitas respon (kuat hingga lemah, biasanya dicerminkan lewat istilah-istilah seperti “sangat puas”, “netral”, “sangat senang”, “frustasi”, dan sebagainya.
2. Fokus respon, berupa produk, konsumsi, keputusan pembelian, wiraniaga, toko, dan sebagainya.
3. Timing respon, yaitu setelah konsumsi, setelah pilihan pembelian,

berdasarkan pengalaman akumulatif, dan seterusnya”.

#### **METODE PENELITIAN**

Analisis yang digunakan merupakan analisis regresi. Sugiyono (2015:260) menyatakan bahwa manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (bebas) dengan satu variabel dependen (terikat).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong 2016:97).

Berdasarkan teori kualitas produk disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu produk jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan. Karena kualitas yang dimiliki suatu produk menjadi acuan tiap konsumen untuk menggunakan kembali produk tersebut atau tidak. Jika kualitas suatu produk itu baik maka akan timbul kepuasan pada benak konsumen dan konsumen pun akan kembali menggunakan produk tersebut.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi konsumen sebelum pembelian. Uji Validitas menunjukkan bahwa nilai dari masing-masing variabel lebih besar dibanding dengan 0.196, dengan hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk (X1) Kualitas produk dengan P1 sebesar 0.811, P2 sebesar 0.807, P3 sebesar 0.803, P4 sebesar 0.819, P5 sebesar 0.766, P6 sebesar 0.772, P7 sebesar 0.748, P8 sebesar 0.746, P9 sebesar 0.724, P10 sebesar 0.695, P11 sebesar 0.722 dan P12 sebesar 0.675.
2. Variabel kepuasan pelanggan Kualitas produk dengan P1 sebesar 0.787, P2 sebesar 0.822, P3 sebesar 0.843, P4 sebesar 0.897, P5 sebesar 0.908, P6 sebesar 0.876, P7 sebesar 0.822, dan P8 sebesar 0.758 Jadi dapat disimpulkan bahwa masing – masing dari buti pertanyaan adalah valid.

Berdasarkan hasil dari penelitian data yang telah diperoleh diuji menggunakan aplikasi software SPSS versi 22.

Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha dari tiap tiap konstruk atau variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel tersebut adalah reliabel atau handal.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut : Variabel kualitas produk (X1) nilai cronbach alpha sebesar 0.931 dan kepuasan pelanggan sebesar 0.939 Setelah hasil dari uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel, maka dapat dilanjutkan dengan uji-uji yang lainnya untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan susu kedelai di UD Pak Suroto.

Hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.356 > 1.660$  dan nilai dari signifikan lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$  atau  $0.000 < t_{tabel}$  ( $3,550 > 1,98447$ ) dan signifikansi  $< 0.05$  ( $0,00 < 0.05$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa merek (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan kriteria di atas maka hipotesis 1 diterima, artinya terdapat pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan Bingka Nayadam Batam.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andy Setia Sanyoko (2015) dengan judul : "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Depot Bakso Rindu Malam Ciliwung No 73 Surabaya" dimana Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji kualitas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan Standardized Estimasi 0.913 dengan probabilitas 0.143. Oleh karena nilai probabilitas > 0.10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak dapat diterima terhadap kepuasan pelanggan.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan susu kedelai UD Pak Suroto maka simpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel penelitian kualitas produk dan kepuasan pelanggan dapat diketahui bahwa :
  - a. Pada variabel kualitas produk mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan ketiga dimana dari 100 responden sebanyak 72% menyatakan setuju bahwa kandungan nutrisi yang terdapat dalam susu kedelai lebih baik dibandingkan susu lainnya yang berasal dari tumbuh-tumbuhan
  - b. Pada variabel kepuasan pelanggan responden menyatakan setuju dengan pernyataan kedua dimana dari 100 responden sebanyak 56%

mentakan setuju akan merekomendasikan susu kedelai kepada orang lain

2. Dari hasil persamaan regresi linear sederhana, dapat diketahui bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan dimana
$$Y = 9.499 + 0.449X + e.$$
3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel yaitu  $5.356 > 1.660$  dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0,05$ .
4. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.226 yang menunjukkan bahwa kualitas produk dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 22.6%, sisanya sebesar 77.1% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pembahasan dan simpulan diatas, maka saran yang dapat berikan sebagai berikut:

1. UD Susu Kedelai Pak Suroto, perlu memperbaiki tampilan kemasan produk dan melengkapi label pada produk agar dapat meningkatkan pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan yang diharapkan.
2. Hendaknya kualitas produk rasa susu kedelai tidak pernah berubah agar jumlah pelanggan dapat meningkat, jika rasa susu tidak pernah berubah dan tidak cepat basi atau mengeluarkan aroma yang tidak sedap maka pelanggan akan percaya bahwa susu kedelai bermanfaat bagi kesehatan tubuh
3. Hendaknya memperluas pemasaran produk, pemasaran produk yang lebih luas akan menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan dan meningkatkan jumlah penjualan. Usaha memperluas pemasaran dapat

- dilakukan dengan membuka cabang baru di daerah lain.
4. Perlunya menjaga kebersihan di areal pembuatan susu kedelai dan pada saat pemasaran susu kedelai. Karyawan yang bertugas memasarkan susu kedelai hendaknya mengenakan pakain bersih dan rapi hal ini sangat berpengaruh pada niat pelanggan untuk membeli susu kedelai.
  5. Peneliti selanjutnya, untuk dapat lebih mengembangkan dan mempertajam materi penelitian ini, salah satunya dengan memperhitungkan dan mengikut sertakan beberapa variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini yang memiliki potensi yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan dalam pembelian susu kedelai.

- Nadia Dewi, Rindu. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam : Jurnal : Akutansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol.3, No 1. Halaman 32.
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy & Chandra Gregorius. 2016. 016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Windsuri Heria & Hyacintha Susanti. 2016. Service Excellent. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baihaqi, Hans, Hana Yuki dan Elvina. 2018. Riset Pemasaran Dan Konsumen : Panduan Riset Dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya, Hidup, Loyalitas Dan Persepsi Risiko. Jakarta : Media Pustaka.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Jakarta : Grafindo.
- Irawan, Handi. 2015. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Kotler Pilip dan Amstrong Gary, 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta : Erlangga.