

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT.Paberik Tekstil Kasrie)

Dewi Anggraini¹, Dwi Dayanti Oktavia²

^{1,2} STIE Kertanegara Malang

Email: dewiang934@gmail.com¹, dwidayantioktavia@gmail.com²

Abstrak: Saat ini persaingan dalam bisnis tekstil sangat ketat. Persaingan antar perusahaan tekstil menuntut perusahaan untuk menciptakan strategi untuk menjaga kepercayaan konsumen. Strategi yang di kembangkan perlu memperhatikan beberapa aspek yang menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan. Karena semakin konsumen merasa puas, semakin menguntungkan bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen PT.Paberik Tekstil Kasrie. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah belanja di showroom handuk PT. Paberik Tekstil Kasrie. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling yaitu accidental sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan hasil penelitian secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen

Abstract: Currently, the competition in the textile business is very tight. Competition between textile companies requires companies to create strategies to maintain consumer confidence. The developed strategy needs to pay attention to several aspects that create customer satisfaction. Customer satisfaction is a very important thing that needs to be considered by a company. Because the more satisfied consumers are, the more profitable it is for the company. This study aims to determine the effect of product quality, service and price on consumer satisfaction PT.Paberik Tekstil Kasrie. The population in this study were all consumers who had shopped at the PT.Paberik Tekstil Kasrie. The sampling technique used was non-probability sampling, namely accidental sampling. The sample in this study were 100 respondents. The method used in this research is a quantitative research approach. This study uses multiple linear regression analysis with data collection using a questionnaire with a Likert scale. The results of the t-test (partial test) showed that the service quality and price variables had a positive and significant effect on consumer satisfaction. While the product quality variable has a negative and significant effect on consumer satisfaction. And the results of simultaneous research on product quality, service quality and price variables have a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service, Price and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan dalam bisnis tekstil sangat ketat. Persaingan antar perusahaan tekstil menuntut perusahaan untuk menciptakan strategi untuk menjaga kepercayaan konsumen. Strategi yang di kembangkan perlu memperhatikan beberapa aspek yang menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan. Karena semakin konsumen merasa puas, semakin menguntungkan bagi perusahaan.

Salah satu bidang usaha yang saat ini sedang berkembang adalah produk tekstil seperti handuk mandi. Sekarang ini handuk merupakan kebutuhan manusia yang tidak dapat dihindarkan. Dan seiring berjalannya waktu, handuk sudah menjadi kebutuhan sekaligus keinginan masyarakat. Terkadang tren handuk dengan desain dan motif yang berbeda tanpa disadari semakin banyak muncul. Kebutuhan konsumen juga sangat beragam, sehingga pelaku bisnis harus dapat menilai kembali apa yang diinginkan konsumen saat ini dan di masa yang akan datang. Hal ini menjadi perhatian utama

perusahaan terhadap produktivitas perusahaan untuk mencapai tujuannya. Jika perusahaan memperhatikan perilaku konsumen, maka langkah selanjutnya adalah membuat strategi pemasaran produk, untuk memperluas jangkauan pasar.

Kamus Bahasa Indonesia Online (www.KamusBahasaIndonesia.org) “kepuasan adalah rasa puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya)”. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Sehingga dengan tercapainya rasa puas tersebut, maka produk ataupun jasa yang diberikan dapat dikatakan berhasil.

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Richard F. Gerson (dalam Fandi dan Candra, 2004:3) “Kepuasan Pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui”.

Menurut Gaspersz, (dalam Lydia, 2011:1) mengatakan bahwa kepuasan konsumen disebabkan oleh dua faktor utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Konsumen mengalami kejenuhan atau penurunan nilai produk di pasar karena faktor internal perusahaan antara lain penurunan kualitas produk, pengembangan produk, layanan pelanggan, dan sebagainya. Faktor eksternal terjadi karena tidak dapat dicapai perubahan preferensi konsumen, kebijakan pemerintah, munculnya alternatif, dan masuknya pesaing baru.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Dengan menjaga kualitas produk maka efek yang akan timbul adalah konsumen akan merasa puas sehingga konsumen tidak akan berpindah ke perusahaan lain.

Harga adalah jumlah yang diperlukan untuk mendapatkan satu set kombinasi barang dan jasa. Menurut Lupiyaodi (2001) harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, konsumen akan merasa puas jika membeli produk yang sesuai dengan harga yang diinginkan, misalnya membeli produk dengan harga yang murah dan didukung dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan cenderung merasa puas.

Pelayanan yang memuaskan merupakan nilai tambah bagi konsumen, sehingga kualitas pelayanan juga merupakan variabel yang sangat penting agar konsumen merasa puas terhadap produknya. Menurut Tjiptono (2001) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

PT. Pabrik Tekstil Kasrie merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai macam handuk dengan mengedepankan kualitas barang dengan desain dan motif yang sangat beraneka ragam. Tidak hanya kualitas barang yang menjadi fokus kepuasan konsumen tapi juga harga dan kualitas pelayanan yang harus sangat di perhatikan. Harga pada handuk di PT. Pabrik Tekstil Kasrie sesuai dengan kualitas yang diberikan, dengan memiliki ciri khas tersendiri menjadikan konsumen ingin membeli kembali handuk di PT. Pabrik Tekstil Kasrie. Kualitas pelayanan yang di sajikan juga sangat ramah, cekatan dan sangat responsif. Dengan memiliki keramahan dan respon yang cepat untuk melayani konsumen PT. Pabrik Tekstil Kasrie membuat kepuasan konsumen menjadi meningkat.

Untuk dapat mengetahui lebih lanjut bagaimana pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka penulis akan membahasnya dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada PT. Pabrik Tekstil Kasrie”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas Pelayanan), X3 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). Sedangkan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu Accidental Sampling. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Mei 2022. Lokasi. Penelitian di PT.Pabrik Tekstil Kasrie Jl. A. Yani No.2 Tawang Rejo Pandaan Kabupaten Pasuruan. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen showroom PT.Pabrik Tekstil dan sampel penulis mengambil 100 responden konsumen dari showroom PT.Pabrik Tekstil Kasrie. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket yang terdiri dari 35 pernyataan dengan opsi pilihan jawaban menggunakan skala Likert. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data yaitu analisis data deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, analisis uji t dan uji f serta koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data terkumpul kemudian data dianalisa untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Jumlah	persentase
Jenis Kelamin	Laki – Laki	45	45%
	Perempuan	55	55%
Usia	17-25	27	27%
	26-35	46	46%
	36-45	16	16%
	46-50	4	4%
	>50	7	7%

Sumber :Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan table 1 di atas penelitian ini menggunakan 100 orang responden yang telah memenuhi syarat untuk dijadikan sampel, dari hasil analisis dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang atau sebesar 45%, responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 55 orang atau sebesar 55%. Dari variabel usia dapat diketahui bahwa responden berusia 17-25 tahun sebanyak 27 orang atau sebesar 27%, responden berusia 26-35 tahun sebanyak 46 orang atau sebesar 46%, responden berusia 36-45 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 16%, responden berusia 46-50 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 4% dan responden dengan umur diatas 50 tahun

sebanyak 7 orang atau 7%.

Tabel 2. Pengaruh Antara Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat Secara Parsial Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.152	2.478		.465	.643		
	KUALITAS_PRODUK	-.139	.069	-.133	-2.021	.046	.588	1.701
	KUALITAS_PELAYANAN	.559	.058	.652	9.595	.000	.548	1.823
	HARGA	.420	.084	.376	5.015	.000	.450	2.223

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber :Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) menunjukkan nilai t hitung = -2.021 dan t tabel = 1,984 maka t hitung < t tabel dan nilai sig = 0,046. Variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan nilai t hitung = 9.595 dan t tabel = 1,984 maka t hitung > t tabel dan nilai sig = 0,000. Variabel harga (X3) menunjukkan nilai t hitung = 5.015 dan t tabel = 1,984 maka t hitung > t tabel dan nilai sig = 0,000.

Tabel 3. Pengaruh Antara Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat Secara Simultan ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1131.137	3	377.046	99.612	.000b
	Residual	363.373	96	3.785		
	Total	1494.510	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas_produk, kualitas_pelayanan

Sumber :Output SPSS 26, 2022

Dilihat dari tabel 3 di atas menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yaitu F hitung 99.612 > F tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi F hitung < 0,05 yaitu (0,000 < 0,05).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	.757	.749	1.946

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Dilihat dari tabel 4 atas menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,757 atau (75,7%).

Pada hasil penelitian ini pada karakteristik jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki, dan pada karakteristik usia menunjukkan bahwa responden didominasi oleh responden berusia 26-35 tahun dengan persentase sebanyak 46% dari jumlah responden.

Pada hasil uji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial ditunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari hasil nilai t hitung = -2.021 dan t tabel = 1,984, maka t hitung < t tabel dan nilai sig = 0,046 < 0,05. Hasil ini bukan berarti kualitas produk pada PT. Pabrik Tekstil Kasrie tidak baik, karena pada dasarnya PT. Pabrik Tekstil Kasrie selalu akan sangat memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ina Nur Diana (2017). Pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung = 9.595 dan t tabel = 1,984 maka t hitung > t tabel dan nilai sig = 0,000 maka nilai sig < 0,05 yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Joko Bagio Susanto (2019). Dan pada variabel harga menunjukkan nilai t hitung = 5.015 dan t tabel = 1,984 maka t hitung > t tabel dan nilai sig = 0,000 maka nilai sig < 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan. Sehingga pada tingkat kekeliruan 5% Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020).

Pada hasil uji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu F hitung 99.612 > F tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi F hitung < 0,05 yaitu (0,000 < 0,05) maka Ho ditolak karena nilai probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitrihanur (2020).

Pada hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,757 atau (75,7%) yang artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3). Sedangkan 24,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti mendapat kesimpulan sebagai berikut:

Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen PT. Pabrik Tekstil Kasrie. Ditunjukkan dengan nilai t hitung -2,021 dengan tingkat signifikansi 0,046. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen PT. Pabrik Tekstil Kasrie. Ditunjukkan pada nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 9,595 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen telah teruji.

Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen PT. Pabrik Tekstil Kasrie. Ditunjukkan pada nilai t hitung 5,015 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan hipotesis ketiga (H3) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen telah teruji.

Hasil uji F membuktikan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pabrik Tekstil Kasrie. Dilihat dari f hitung 99.612. sedangkan dilihat dari taraf signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan hipotesis keempat (H4) bahwa kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen telah teruji.

BIBLIOGRAFI

- Alfredo Dwitama Soenawan, E. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 395-409.
- Astuti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Warung Makan Mie Ayam Tanpa Nama Desa Tegal, Kelurahan Kebonagung. *Prodi Manajemen UYP*, 1-10.
- <https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/>. (2021, Februari 16). *Populasi dan Sampel Penelitian, Teknik Sampling & Langkah*. Dipetik Maret 2022, dari Serupa.id.
- Julia Mega Bansaleng, J. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Xl Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 331-340.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 115-129.
- Nanda. (2021, Januari 22). *Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi Dan Cara Mengukur*. Dipetik Februari 15, 2021, dari Komerce: <https://komerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/>
- Rada. (2021, Maret 9). *Teknik Pengumpulan Data*. Dipetik Maret 16, 2022, dari Dosenpintar: <https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/>

- Runtunuwu, J. G. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1803-1813.
- Siadari, C. (2018, Agustus 14). *Pengertian Kualitas Produk Menurut Para Ahli*. Dipetik Februari 15, 2021, dari Kumpulan Pengertian: <https://www.kumpulanpengertian.com/2018/08/pengertian-kualitas-produk-menurut.html>
- Siadari, C. (2019, Januari 29). *Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli*. Dipetik Maret 15, 2022, dari kumpulanpengertian: <https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html>
- Siadari, C. (2020, Desember 22). *Pengertian Harga Menurut Para Ahli*. Dipetik Maret 15, 2022, dari Kumpulan Pengertian: <https://www.kumpulanpengertian.com/2020/12/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>
- THABRONI, G. (2021, Februari 5). *Metode Penelitian: Pengertian & Jenis menurut Para Ahli*. Dipetik Februari 15, 2021, dari Serupa.id: <https://serupa.id/metode-penelitian/>