

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Memakai Produk Accu Merk GTZ di Kota Pekanbaru

LAMIN

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (STIER)
Jln. HR. Subrantas 57 Panam Pekanbaru 28293 Telp. (0761) 63237
E-mail: akbar_stier@yahoo.com

Abstract: This study aims to determine the effect of product quality and price a positive and significant effect on consumer satisfaction of GTZ Accu Brand Motorcycle users in Pekanbaru. In this study data were collected through a questionnaire of 100 people. The data analysis technique used was multiple regression analysis, which serves to prove the research hypothesis. Based on the product quality t -calculation value of 3,272 while for the t -table value of 1,984. it can be concluded that product quality has a significant effect on consumer satisfaction of GTZ Brand Motorcycle Accu users in Pekanbaru. Based on the value of t -calculate the price of 2.283 while for the t -table value of 1.984. it can be concluded that the price has a significant effect on consumer satisfaction of GTZ Brand Motorcycle Accu users in Pekanbaru. R Square results of 0.263 (26.30%) explained that product quality and price affect consumer satisfaction of GTZ Brand Motorcycle Accu users in Pekanbaru by 26.30%.

Keywords: *Product Quality, Price, Consumer Satisfaction*

Sebelum menciptakan suatu produk, perusahaan harus dapat memperkirakan seberapa banyak konsumen yang benar-benar ingin dan mampu membeli produknya. Perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan sebuah proporsi nilai yang merupakan serangkaian keuntungan dimana perusahaan menawarkannya kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan. 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. Ketidakpuasan konsumen merupakan salah satu faktor penyebab perpindahan merek karena konsumen yang tidak puas akan mencari informasi pilihan produk lain dan mungkin akan berhenti membeli produk maupun mempengaruhi orang lain untuk tidak membeli atau dengan

kata lain konsumen tidak loyal terhadap produk tersebut,

Beragamnya pilihan dan alternatif produk yang tersedia di pasaran merupakan dampak dari persaingan perusahaan yang berusaha memenangkan pangsa pasar. Semakin banyaknya pesaing dari suatu produk, maka semakin banyak pula alternatif pilihan bagi konsumen untuk dapat menentukan produk mana yang akan dibeli. Produk yang berkualitas tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan cara itu, perusahaan mengharapkan agar konsumennya dapat loyal terhadap merek yang diproduksinya. PT Surya Perdana Agung adalah distributor dan juga pemegang merk Accu merk GTZ yang dipasarkan di kota Pekanbaru melalui toko-toko dan bengkel-bengkel. Pada beberapa tahun terakhir penjualan Accu merk GTZ mengalami

penurunan yang sangat signifikan dari target yang diharapkan.

Tabel 1: Data Perkembangan Penjualan Accu merk GTZ oleh PT Surya Perdana Agung Pekanbaru

Tahun	Target Penjualan (Karton)	Realisasi Penjualan (Karton)	Persentase (%)
2015	1000	920	92,00%
2016	1200	1020	85,00%
2017	1400	1156	82,57%
2018	1500	1244	82,93%
2019	1600	1226	76,63%

Sumber : PT SPA Pekanbaru, 2020

Pada tabel diatas dapat kita lihat bahwa persentase penjualan accu merk GTZ mengalami penurunan disetiap tahunnya. Dan penurunan penjualan tersebut yang disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk faktor kepuasan terhadap produk, kualitas produk dan juga faktor harga..

Setelah mempelajari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah: “Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru ?

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru

Menurut Kotler dan Armstrong (2011) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Sedangkan menurut Garvin dan A. Dale Timpe, dalam (Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Menurut Kotler (2010:67), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta

sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2012:74), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kotler and Armstrong (2010:167) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Ada delapan indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2012:75) seperti berikut ini :

- Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dasar dari produk inti (core product) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
- Fitur (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, atau keistimewaan tambahan
- Konformasi (*Conformance to Spesification*) yaitu Kesesuaian dengan standar yang ditetapkan, sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- Keandalan (*Realibility*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional
- Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini

mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.

- f. Kemudahan perbaikan (*Service ability*) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- g. Estetika (*Esthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi
- h. Persepsi kualitas (*Perceived Quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

Kotler dan Keller (2011:410), menyatakan harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan. Artinya harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya. Penetapan harga menurut Alma (2011:120) adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan di ikuti dalam jangka waktu tertentu. Harga yang di tetapkan lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba , jika harganya ternyata terlalu rendah daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba. Menurut Swastha (2010:147) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan

sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanann

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) indikator harga diketahui sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga, yaitu keterjangkauan harga yang disesuaikan dengan keadaan pasar dan kecocokan harga dengan kemampuan untuk membeli sesuai kondisi ekonomi masyarakat sekitar.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas, seberapa besar uang yang dikeluarkan untuk membeli produk disesuaikan dengan kualitas produk dan juga mutu dari produk tersebut sesuai sasaran pasar yang ingin dicapai.
3. Daya saing harga, yaitu bagaimana harga suatu produk dapat bisa bersaing dengan produk lain dan bisa diterima oleh pasar yang akhirnya para grosir dan agen memperoleh keuntungan dari menjual lagi produk tersebut kepada para langganannya.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu kesesuaian pengorbanan yang dikeluarkan berupa uang disesuaikan dengan manfaat yang diperoleh, fungsi dan kegunaan produk tersebut yang diinginkan konsumen.

Menurut Kotler *et al* (2012:70), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Selanjutnya menurut Saladin (2010:9),kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan liyalitas atau citra yang tinggi pelanggan. Menurut Simamora (2011:18) kepuasan pelanggan adalah hasil pengalaman terhadap produk.Ini adalah sebuah perasaan

pelanggan setelah membandingkan antara harapan (*prepurchase expectation*) dengan kinerja aktual (*actual performance*).

Menurut *Westbrook* dalam *Tjiptono* (2012:60) yang menyatakan bahwa indikator kepuasan terhadap jasa adalah :

- Before Sales Satisfaction*, yaitu kepuasan akan pelayanan pada saat negosiasi, mencari informasi ataupun pemberian pelayanan awal transaksi.
- Product and Price Satisfaction*, yaitu kepuasan akan kualitas produk yang diberikan dikaitkan dengan harga produk
- After sales Satisfaction* (Kepuasan Purn beli, pelayanan komplain), yaitu kepuasan terhadap pelayanan setelah selesai pemakaian produk, juga pelayanan terhadap komplain terhadap produk yang telah dinikmati.
- Marketplace struktur Satisfaction*, yaitu kepuasan terhadap sistem pemasaran, periklanan dan lain sebagainya.

METODE

Penelitian ini dilakukan di PT Surya Perdana Agung Pekanbaru yang merupakan distributor Accu Sepeda Motor Merk GTZ yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta Pekanbaru.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pemakai Accu sepeda motor merk GTZ di kota Pekanbaru berjumlah 100 pelanggan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur, dan dalam prosesnya menggunakan alat bantu statistik, (Algifari, 2010)..

HASIL

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan hubungan yang linier antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan memprediksi variabel terikat. Berikut hasil out put SPSS :

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.644	9.094		.731	.469
kualitas_produk	-.535	.164	-.418	3.272	.002
harga	.321	.141	.292	2.283	.027

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Sumber : Hasil Olah data SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.644 + -0.535X_1 + 0.321X_2$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 6,644 artinya tanpa adanya kualitas produk dan harga maka kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru tetap sebesar 6,644 satuan
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk sebesar 0,535 menunjukkan arah hubungan yang positif. yaitu jika variabel kualitas produk meningkat satu-satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru sebesar 0,535 satuan.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel harga sebesar 0,321 menunjukkan arah hubungan yang positif, yaitu jika variabel harga meningkat satu-satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru sebesar 0,321 satuan.

Uji Hepotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk melihat

apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan signifikansi 0,05 adalah :

1. Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar 3,272 sedangkan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,984. maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru.
2. Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} variabel harga sebesar 2,283 sedangkan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,984. maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru

Uji Hepotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama- sama dalam menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru.

Tabel 3. Uji_F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	544.183	2	272.092	9.212	.000 ^a
Residual	1299.562	44	29.535		
Total	1843.745	46			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas_produk

b. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh hasil regresi berganda dari tabel di atas menunjukkan nilai Sig. Sebesar $0,00 < 0,05$, pada tingkat kesalahan 5%. Atau nilai F_{hitung} sebesar 9,212 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru

Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi ini digunakan untuk melihat kontribusi atau pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 4. Koefesien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.295	.263	5.43466

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas_produk

Sumber:Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai Adjuster R Square sebesar 0,263 atau 26,30% yang memiliki arti bahwa besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru adalah sebesar 26,30%.

PEMBAHASAN

Dari uji Anova dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru, dari uji t dapat disimpulkan kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru.

Dari data yang diperoleh penulis memberikan saran agar PT Surya Perdana Agung sebagai distributor Accu merk GTZ agar dapat menyesuaikan lagi kualitas produknya agar lebih tahan lama dan efektif sesuai manfaat dari Accu tersebut. Juga mengenai harga agar lebih disesuaikan lagi dengan manfaat dan ketahanan dari Accu merk GTZ tersebut.

SIMPULAN

Simpulannya bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru. Berdasarkan nilai t_{hitung} harga sebesar 2,283 sedangkan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,984. maka

dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru. Hasil R Square sebesar 0,263 (26,30%) menerangkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pemakai Accu Sepeda Motor Merk GTZ di Pekanbaru sebesar 26,30%

Swastha, Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategis* Andi Offset, Yogyakarta.

DAFTAR RUJUKAN

Alma, Buchari. 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan kedelapan. Bandung: CV. Alfabeta.

Djasmin Saladin 2010, *Intisari Pemasaran dan Unsur –Unsur Pemasaran*, Bandung. CV Linda Karya

Kotler, Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.

_____ 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta. PT. Prehallindo.

Kotler, Killer 2011. *Manajemen Pemasaran* edisi kedua belas Jakarta. PT. Prehallindo

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.

Simamora, Bilson. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.