

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD JAYA MAKMUR

Cynthia Indrajaya dan Wilma Laura Sahetapy

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

m31414103@john.petra.ac.id ; wlsahetapy79@gmail.com

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UD Jaya Makmur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dan pengumpulan data menggunakan angket penelitian dengan sampel 80 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas produk, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Garmen merupakan salah satu bentuk usaha yang memproduksi pakaian jadi dalam jumlah banyak. Bidang usaha garmen ini terus meningkat setiap waktunya, mengingat sandang merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia. Pakaian saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan utama seluruh masyarakat di belahan bumi. Pelaku bisnis garmen pun wajib senantiasa mengikuti kebutuhan sandang yang selalu me-ningkat. Melihat industri garmen yang berkembang saat ini, tentunya terjadi persaingan ketat di antara para pelaku bisnis. Pertumbuhan penduduk di Indonesia khususnya Pulau Jawa yang meningkat dan dominan sehingga bertambah pula kebutuhan masyarakat akan sandang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, pada tahun 2017 jumlah penduduk di Jawa mencapai 149 juta jiwa dari total populasi.

Menurut Tirta Heru Citra selaku direktur PT Ricky Putra Globalindo Tbk (GT Man) menyatakan bahwa bidang usaha garmen mengalami kenaikan sebanyak 30% pada tahun 2017, karena permintaan ekspor dan domestik yang meningkat untuk garmen. Dalam lima tahun ke depan, Indonesia juga berpotensi menguasai pasar tekstil dan garmen dunia sejumlah 4%, dimana posisi tahun 2017 adalah sebesar 1,6% apabila pemerintah merumuskan kebijakan insentif yang tepat (bisnis.com, 2018).

Garmen termasuk salah satu kategori dalam industri pengolahan dan merupakan sektor pertumbuhan industri yang paling tinggi dibandingkan dengan sektor yang lain. Oleh sebab itu perlunya pelaku bisnis untuk memantau proses produksi secara terus menerus, memantau tingkat kualitas produk untuk meminimalisir kerusakan produk. Produk yang berkualitas merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen Amstrong&Kotler (2003, p.80). Untuk menjadi perusahaan yang unggul maka perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk seperti dengan cara, mengikuti *trend/mode* yang berkembang dan meningkatkan kualitas bahan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Peranan sektor industri garmen dalam pembangunan ekonomi di suatu negara sangatlah penting karena sektor industri memiliki beberapa keunggulan dalam hal peningkatan pembangunan. Keunggulan-keunggulan sektor industri garmen tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) yang lebih tinggi dalam berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kualitas produk mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan karena jika kualitas yang diciptakan perusahaan baik maka pelanggan akan terpuaskan dengan *output* perusahaan. Menurut Schiffman&Kanuk (2007, p.120), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut Kotler (2005, p.60) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk dan kualitasnya baik Lupiyoadi(2001, p.130).

Adanya pengertian tentang kualitas produk dan kepuasan pelanggan, UD Jaya Makmur terus meningkatkan kualitas produk agar kepuasan pelanggan UD Jaya Makmur ikut meningkat. UD Jaya Makmur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garmen yang dipimpin oleh Wong Whi Sen dan Henry Indrajana dan telah berdiri sejak tahun 2003 di Jalan Lebak Indah Utara II/ A-12, Surabaya. Produk dalam UD Jaya Makmur yang bermerek John Henry meliputi kemeja pria dewasa, celana formal pria dewasa, kaos polos pria dewasa dan batik pria dewasa. Produk unggulan UD Jaya Makmur sampai saat ini adalah kemeja pria dewasa. Untuk tercapainya bisnis yang berkelanjutan, UD Jaya Makmur selalu menciptakan kualitas produk yang terjamin mutunya demi terciptanya kepuasan pelanggan.

Fenomena yang terjadi pada UD Jaya Makmur yaitu, perusahaan garmen UD Jaya Makmur cenderung memberikan *service ability* atau pelayanan yang kurang maksimal kepada pelanggan serta kurang memperhatikan kepuasan pelanggan akan produk dari UD Jaya makmur seperti, adanya cacat sablon pada produk, jahitan yang tidak rapi, proses pengepakan produk yang lama dan tidak tepat waktu, proses pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan, dan kesalahan pencatatan orderan produk dari supplier yang akan di pesankan ke pabrik. Jika hal ini terus dilakukan karyawan UD Jaya Makmur maka akan berdampak negatif pada *profit* perusahaan yang menurun, serta kinerja karyawan yang semakin menurun dan buruk.

Adanya fenomena di atas, diharapkan UD Jaya Makmur mampu meningkatkan kualitas yang berkaitan terhadap produk. Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Atiyah (2016) dengan judul *Product's Quality and Its Impact On Customer Satisfaction a Field Study in Diwanayah Dairy Factory* menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan dampak positif yang berdampak pada laba perusahaan, namun pada umumnya perusahaan hanya fokus terhadap kepuasan pelanggan, tanpa mengoreksi kinerja kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu fenomena ini menarik untuk diteliti agar mengetahui lebih dalam apakah dampaknya bagi kualitas produk dan kepuasan pelanggan

Tujuan Penelitian

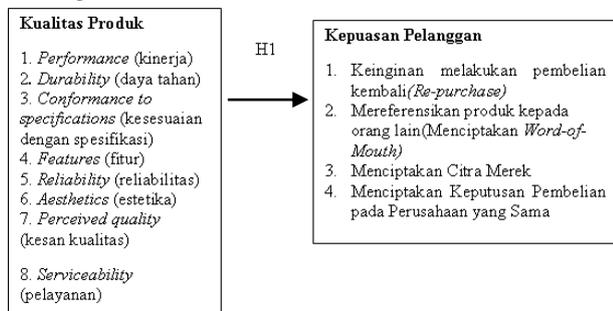
Rumusan masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UD Jaya Makmur

Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi tingkat kualitas produk yang dihasilkan Kotler & Keller (2009, p.118). Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Inka, 2014).

H_1 : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UD Jaya Makmur

Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka penelitian

Sumber: Tjiptono, 2008 & Kotler, 2002

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian dengan cara mengukur indikator-indikator variabel penelitian sehingga diperoleh gambaran diantara variabel-variabel tersebut. Menurut Kuncoro (2008, p. 132) desain kausal adalah desain penelitian untuk menjelaskan pola hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang posisinya mempengaruhi variabel yang lain sedangkan variabel terikat adalah variabel yang posisinya dipengaruhi oleh variabel yang lain

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang mengetahui brand John Henry, dengan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan dari UD Jaya Makmur yang telah melakukan *re-purchase* atau pembelian ulang minimal 3 kali di kota Jawa Tengah dan didapatkan sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* melalui teknik *convenience sampling*.

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner dari penelitian ini merupakan kuesioner yang menggunakan skala Likert, untuk mengklasifikasi variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian.

Teknis Analisa Data

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan statistik t . Dengan melihat nilai signifikansi yang $< 0,05$ (5%). Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dari variabel bebas menandakan variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Sebaliknya, $> 0,05$ menandakan variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y .

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Analisa Regresi Linear Sederhana

Tabel 1. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig
	<i>B</i>		
Konstanta	0,626	-	-
Kualitas Produk (X)	0,865	12,261	0,000

Sumber: Lampiran 5

Persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh dari tabel 4.13 adalah $Y = 0,626 + 0,865X + e$. Hasil persamaan regresi linear sederhana tersebut memberikan pengertian bahwa:

1. Konstanta sebesar 0,626 menunjukkan bahwa jika kualitas produk = 0 atau tidak ada, maka besarnya kepuasan pelanggan adalah 0,626.
2. Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X) sebesar 0,865. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) mempunyai hubungan searah dengan kepuasan pelanggan (Y). Artinya apabila kualitas produk (X) meningkat sebesar satu-satuan akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,865.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t untuk menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji t menggunakan alat bantu hitung berupa *spss*:

Tabel 2. Uji t

Model	T	Sig
Kualitas Produk (X)	12,261	0,000

Sumber: Lampiran 5

Tabel diatas menunjukkan uji t untuk variabel kualitas produk (X) diperoleh nilai probabilitas t (sig) sebesar 0,000 yang mana angka tersebut $< 0,05$, menandakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian H_1 yang menyatakan dugaan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan secara bersama-sama dengan variabel independen. Berikut merupakan

hasil uji koefisien determinasi menggunakan alat bantu hitung berupa SPSS:

Tabel 3. Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,811	0,658	0,282	1,690

Sumber: Lampiran 5

Tabel diatas menjelaskan bahwa hasil regresi menghasilkan nilai korelasi berganda (*R*) sebesar 0,811, yang berarti terdapat keterkaitan erat antara kualitas produk (*X*) dengan kepuasan pelanggan (*Y*) UD Jaya Makmur. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi berganda yang disesuaikan *R Square* adalah 0,658, yang berarti kepuasan pelanggan (*Y*) UD Jaya Makmur dipengaruhi oleh kualitas produk (*X*) sebesar 65,8%.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dari UD Jaya Makmur memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana hasil uji *t* dari kualitas produk memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ sebesar 0,000. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Mowen, et al(2002) berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Hal tersebut menjelaskan bahwa UD Jaya Makmur yang selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar selalu unggul dalam persaingan bisnis khususnya dalam bidang usaha garmen saat ini.

Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi tingkat kualitas produk yang dihasilkan Kotler & Keller(2009, p.118). Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Inka, 2014). Kualitas produk yang baik akan menimbulkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Kepuasan pelanggan merupakan penyebab utama dampak dari kualitas yang kita berikan kepada pelanggan melalui produk dari perusahaan

Gaspersz (2005) mengatakan karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan pelanggan tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan pelanggan setelah mereka melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas dan pelayanan yang diwujudkan dengan optimal dari perusahaan merupakan sekumpulan faktor penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang merupakan suatu tanggapan dari pelanggan atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan diperlukan suatu penilaian yang positif terhadap produk yang dikonsumsi.

Rata-rata untuk variabel kualitas produk, yang menunjukkan mean tertinggi terdapat pada indikator reliabilitas dengan angka keseluruhan 3,92 termasuk kategori setuju yang menunjukkan bahwa pelanggan menyetujui model dan ukuran pakaian yang di produksi merupakan aspek penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Reliabilitas merupakan hal yang paling diutamakan bagi UD Jaya Makmur untuk terus memenuhi keinginan pelanggan dengan selalu menciptakan model dan ukuran yang sesuai

dengan permintaan dan kebutuhan pelanggan di toko. UD Jaya Makmur selalu meningkatkan mutu yang terjamin dalam pakaian yang di produksi, UD Jaya Makmur juga selalu berinovasi untuk mengikuti model pakaian kemeja, celana, batik, bahkan kaos yang di produksi dengan tetap mengikuti tren yang berkembang dan disesuaikan dengan targetnya yaitu pria dewasa atau eksekutif muda. Selain itu, keunggulan dari UD Jaya Makmur dari para pesaing adalah UD Jaya Makmur menciptakan ukuran pakaian yang beragam dengan menciptakan ukuran pakaian dari S hingga XXXL, dimana kebanyakan para pesaing hanya memproduksi ukuran standar (S-XL) atau *all size* untuk pakaian.

Dalam variabel kepuasan pelanggan, indikator *word of mouth* memiliki angka keseluruhan tertinggi yang termasuk kategori setuju yang diperoleh atas pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan di toko yang diberikan oleh kualitas produk UD Jaya Makmur, sehingga pelanggan mereferensikan sekumpulan aspek penting tentang kualitas produk yang diciptakan UD Jaya Makmur terhadap rekan kerja, pembeli dan teman

PENUTUP

Kesimpulan

Pada hasil pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada UD Jaya Makmur karena kualitas produk sangat menentukan kepuasan pelanggan, jika produk yang dihasilkan berkualitas maka akan tinggi pula tingkat kepuasan pada pelanggan.

Saran

1. Menciptakan nilai estetika dari kualitas produk UD Jaya Makmur dengan cara memproduksi pakaian yang tidak hanya berfokus pada eksekutif muda saja, namun pada kaum remaja seperti membuat varian pakaian yang sedang trend di kalangan remaja dan menjual produknya lewat media *social* seperti *instagram*, *facebook*, toko pedia karena kaum remaja saat ini sering membeli barang secara online.
2. Meningkatkan pelayanan perusahaan dengan memberikan training atau seminar secara rutin kepada karyawan untuk mengasah kemampuan berkomunikasi terhadap pelanggan dengan cara yang lebih baik sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan lewat pelayanan yang diberikan perusahaan.
3. Menciptakan promosi pada produk seperti adanya brosur dan iklan yang mempromosikan merk John Henry sehingga masyarakat di seluruh Indonesia lebih tahu akan produk dari UD Jaya Makmur dan membuat masyarakat tertarik membeli produk-produk dari perusahaan lewat promosi yang ada pada brosur dan iklan yang ditempel di toko-toko dan *department store* seperti Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong & Kotler. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Atiyah. (2016). Product's Quality and Its Impact On Customer Satisfaction a Field Study in Diwanayah Dairy Factory. Retrieved from http://conferinta.management.ase.ro/archives/2016/PDF/1_7.pdf
- C. Mowen, John & Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Gaspersz, Vincent. (2005). *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Janita, Inka S., & Kusumawati. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 15 No. 1. Oktober 2014.

Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/84504-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pe.pdf>

- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga
- Kotler & Armstrong. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kuncoro, Engkos&Ridwan. (2008). *Analisis Jalur (Path Analysis)*, Edisi Kedua. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. S alemba Empat, Jakarta.
- Schiffman& Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.