JURNAL

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD MELVIA CABANG MOJO

EFFECT OF PRODUCTS COMPLETENESS, QUALITY OF SERVICE, AND PRICING TO CUSTOMER SATISFACTION AT UD MELVIA BRANCH MOJO

Oleh:

M. BAGUS ARDYANZAH

NPM : 11.1.02.02.0201

Dibimbing oleh :

1. Dr. H. Samari, S.E., M.M
2. Amat Pintu Batu, S.E., M.M

FAKULTAS EKONOMI (FE)

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : M. Bagus Ardyanzah
NPM : 11.1.02.02.0201
Telepun/HP :
Alamat Surel (Email) :
Judul Artikel : PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD MELVIA CABANG MOJO
Fakultas – Program Studi : EKONOMI – MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi : Alamat, : Jl Kh Achmad Dahlan 76 Mojoroto.

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 8 Pebruari 2017
Pembimbing I Dr. H. Samari, S.E., M.M. NIDN .0712026201	Pembimbing II Amat Pintu Batu. S.E.M.M NIDN. 0725675601	Penulis, M. Bagus Ardyanzah NPM. 11.1.02.02.0201

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD MELVIA CABANG MOJO

M. BAGUS ARDYANZAH
NPM. 11.1.02.02.0201
FE – Manajemen
Ema Nurzainul Hakimah, SE., M.M[1] dan Dhiyan Septa Wihara, SP., M.M.[2]
Email :
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

M BAGUS ARDYANZAH : **PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD MELVIA CABANG MOJO,** Skripsi manajemen, FE UNP Kediri, 2016
Kata Kunci : Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelangganUD Melvia cabang Mojo dipengaruhi oleh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan penetapan harga. Kepuasan pelanggan menciptakan terhadap produk, kualitas pelayanan dan hargadalam melayani pasar yang dirasa cukup potensial dengan situasi persaingan usaha yang semakin ketat

Berdasarkan hal tersebut maka rumusan masalah yang ditetapkan adalah masih ada keluhan pelanggan atas produk, kualitas pelayanan, dan harga pada UD Melvia cabang Mojo.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas produk, kualitas pelayanan, dan harga pada UD Melvia cabang Mojo.Jenis penelitian ini adalah diskriptif dengan menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Subyek populasi dalam penelitian ini berjumlah 45 pelanggan, maka sampel pada penelitian ini adalah pelanggan UD Melvia cabang Mojo, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik *random* sampling. Data yang terkumpul yang berasal dari data primer dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statitical Program For Social Science*).

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa seluruh variabel baik itu produk, kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Melvia cabang Mojo, sedangkan untuk masing masing variabel bebas, juga berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan. Kesimpulan penelitian ini adalah masing masing variabel bebas baik itu kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan penetapan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi tidak dapat dipungkiri tidak luput dari persaingan para pebisnis yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan ditengah persaingan tersebut bahkan mampu menarik perhatian dari calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan. *Menurut Kotler dan Amstrong (2009:5) pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.*

Salah satu jenis kebutuhan ini adalah roti. Roti adalah salah satu makanan pengganti nasi yang paling digemari karena sebagai bahan makanan olahan, roti memiliki nilai gizi yang tinggi dan lebih lengkap jika dibanding dengan makanan yang lain. Selain itu, roti juga lebih praktis untuk dikonsumsi, memiliki banyak variasi, harganya relatif terjangkau, mudah diperoleh dan tentu saja bisa mengenyangkan.

Dalam zaman moderen sekarang, di mana orang sibuk menyiapkan segala keperluan dalam beraktivitas, roti menjadi pilihan agar tidak disibukkan oleh persiapan makanan, misalnya sarapan pagi. Dari kondisi faktual ini menjadi jelas bahwa para pebisnis roti sudah sewajarnya dapat menyiapkan variasi produk untuk ditawarkan kepada pelanggan. Dengan banyaknya variasi produk roti yang ditawarkan, maka para pelanggan tidak selalu repot lagi untuk menjatuhkan pilihannya pada variasi tertentu sesuai selera. Berbicara tentang variasi produk, secara teoritis berbicara tentang kelengkapan produk, dalam hal ini kelengkapan produk roti. Menurut Kotler (2005:49), "Kelengkapam produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau kemampuan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat". Keseluruhan ciri suatu produk mengandung arti adanya pilihan produk sesuai keinginan konsumen. Jika ada pilihan sesuai keinginan, seorang konsumen tidak akan mengambil atau beralih ke produk lain, sebaliknya akan timbul rasa puas dalam dirinya.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan untuk meraih kepuasan pelanggan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Selain ditinjau dari kelengkapan suatu produk dan kualitas produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan pelanggan. Definisi harga menurut Kotler dan Amstrong (2001 : 439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh pelanggan atau manfaat manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Howkins Best dan Coney (2001:21) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak menggunakan suatu produk. Harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kelengkapan suatu produk. Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, pelanggan mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk yang tinggi pula.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Pembelian yang berulang-ulang pada satu merek atau produk pada perusahaan yang sama dapat dikatakan bahwa pelanggan tersebut mempunyai kepuasan terhadap merek atau perusahaan tersebut. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan.Menurut (Tjiptono,2002: 54) Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Berdasarkan uraian harapan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul " **Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD Melvia Cabang Mojo"**

B. METODDE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian observasi. observasi yaitu merupakan

pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan 2004:104).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dengan demikian, peneliti menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif karena pembahasannya menggunakan analisa pengumpulan data yang berbentuk angka-angka. Menurut Sugiyono (2012: 07), "pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik".

Menurut Sugiyono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini pelanggan roti UD Melvia Cabang Mojo yang datang ditoko Melvia Cabang Mojo. Berhubung peneliti tidak mengetahui person-person yang berbelanja di UD Melvia, maka populasi infinite.

C. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Hasil

Tabel 4.13
Hasil Uji t (parsial)
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Konstan)	-2.803	5.247		-.481	.629
KelengkapanProduk	.488	.136	.219	2.907	.016
Kualitas Pelayanan	.620	.091	.646	6.853	.000
Penetapan Harga	.207	.098	.208	2.104	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.14
Hasil Uji F (simultan)
ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	803.724	3	267.908	17.200	.000[b]
Residual	264.053	41	6.440		
Total	1067.777	44			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Konstan), Penetapan Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan

2. Pembahasan

1. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Melvia cabang Mojo. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa secara parsial kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Suatu produk yang memiliki kelengkapan barang secara langsung dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan keinginan pelanggan bahkan dapat memuaskan pelanggan apa yang pelanggan inginkan.

Semakin lengkap jenis produk yang di jual di UD Melvia cabang Mojo, maka pelangganpun akan merasa puas memilih dan membeli di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain. Dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya.Sering kali para pelanggan dalam berbelanja secara tidak sengaja terbius kondisi dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga pengunjung terstimulasi, yang sebelumnya tidak tercantum dalam daftar belanja barang yaitu melakukan pembelian yang secara spontan tanpa ada rencana.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Melvia cabang Mojo. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.Pelayanan yang bagus, terpercaya dan memuaskan dapat mempengaruhi pelangan untukuntuk membeli produk.

Semakin bisa memuaskan pelanggan pelanggan akan datang lagi

membeli produk tersebut dan tidak pindah ke toko lain.

3. **Pengaruh Penetapan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan**

Penetapan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Melvia cabang Mojo.Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, menunjukkan bahwa secara parsial Penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penetapan harga merupakan salah satu atribut paling penting yang di evaluasi oleh pelanggan.

Semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga, dalam arti bahwa semakin sesuai antara harga dengan kualitas produk dan semakin kompetitif harga dengan produk, maka hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Karna setiap Pelanggan pasti melakukan penyeleksian harga di setiap toko atau penjual satu dengan yang lain dengan pertimbangan produk yang sesuai kualitasnya dan berapa selisih harga tersebut. Selain hal tersebut pengaruh latar belakang ekonomi setiap individu berbeda dan bisa juga karna lingkungan pergaulan. Semakin baik harga di terima oleh konsumen maka akan semakin besar dorongan untuk melakukan pembelian.

4. **Pengaruh KelengkapanProduk, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara simultan kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan., sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,712 yang berarti bahwa 71,2% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Dari persentase yang tergolong tinggi tersebut, menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan kepuasan pelanggan, tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini yaitu sebesar 28,8%.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Melvia cabang Mojo**.**Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Melvia cabang Mojo.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Melvia cabang Mojo.
3. Penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Melvia cabang Mojo.
4. Kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Melvia cabang Mojo.

Daftar Pustaka

Aldana , Oldy 2010. Analisis Pengaruh Kualitatis Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). Online: https://www.google.com/search?q.

Arikunto, S, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta.PT. Rineka Cipta.

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta

Fandy Tjiptono., 2000. ***Manajemen jasa*,** Edisi Pertama. Andi offset, Yogyakarta.

FandyTjiptono, 2002. *Manajemen Jasa.* Yogyakarta: PenerbitAndi.

Fandy Tjiptono, 2006. *Pemasaran Jasa,* Bayumedia, Malang

Fandy, Tjitono. 2010. Manajemen Jasa. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset

Fandi, Tjiptono 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama,Bayu Media Publising, Malang.

Fandy Tjiptono, 1997. *Total Quality Service*, Gramedia, Yogyakarta

Farisa, Diana (2008). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi Harga, Pelayanan dan Produk terhadap kepuasan pelangan GSM indosat di kota Semarang.Online

Gilbert, David. 2003. *Retailing Marketing Manajemen. Edisi Kedua. England, Endinburgh Gate: Pearson Educated Limited.*

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS,* Badan Penerbidan Universitas Diponegoro, Semarang

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS,* Catatan keempat. Badan Penerbidan Universitas Diponegoro, Semarang

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19 (edisi kelima)* . Semarang: Universitas Diponegora.

Harjanto, Ryan Nur (2010). Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan studi kasus restoran Mamamia Cabang Mrican. Online