ARTIKEL

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RISNA BORDIR KOTA KEDIRI

Oleh:

JULIA WIJAYANTI

NPM. 10.1.02.02.0250

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Sri Aliami**
2. **Dr. Subagyo, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	JULIA WIJAYANTI
NPM	:	10.1.02.02.0250
Telepun/HP	:	081237170058
Alamat Surel (Email)	:	-
Judul Artikel	:	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RISNA BORDIR KEDIRI
Fakultas – Program Studi	:	Fakultas Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jl. K.H. Achmad Dahlan No. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis 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,
Pembimbing I Dr. Sri Aliami NIDN. 0716086403	Pembimbing II Dr. Subagyo, M.M. NIDN.	Penulis, Julia Wijayanti NPM. 10.1.02.02.0250

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RISNA BORDIR KOTA KEDIRI

Julia Wijayanti
NPM. 10.1.02.02.0250
FE – Prodi Manajemen
Dr. Sri Aliami dan Dr. Subagyo, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi motivator bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan dinyatakan memenangkan persaingan apabila kualitas produk, promosi, dan kepercayaan dapat memuaskan konsumennya sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan kepercayaan dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 50 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Risna Bordir Kota Kediri yaitu sebanyak 250 konsumen. Sampel yang diambil ditetapkan sejumlah 50 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu teknik penetuan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan *SPSS For Windows* versi 19.0. Berdasarkan basil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri. 2) Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri. 3) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kediri. 4) Kualitas produk, promosi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri. Saran yang diberikan untuk perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas produknya, sehingga konsumen merasa lebih puas lagi.

KATA KUNCI : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha saat ini tidak terlepas akan persaingan yang semakin ketat. Baik untuk perusahaan yang menawarkan jasa maupun barang. Terutama dalam bidang bordir yang sejenis berusaha memberikan yang terbaik kepada setiap konsumennya dengan menjual berbagai produk baru yang berkualitas dan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan jasa bordir sekarang ini sangat banyak, konsumen akan lebih selektif dalam memilih jasa bordir yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen itu sendiri. Keputusan konsumen dalam

memilih atau menentukan jenis jasa bordir bukanlah terjadi begitu saja.

Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, misalnya kualitas produk, harga, dan kepercayaan Risna Bordir adalah perusahaan yang perkembangannya sangat pesat sekarang ini telah menyadari persaingan ini. senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka. Persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2005:204) adalah suatu proses kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat kepuasan konsumen dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas suatu produk yang dibelinya. Adapun proses pengambilan keputusan menurut Kotler dan Amstrong (2003) dapat dibagi menjadi 5 (lima) bagian: (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) pengevaluasian alternatif kepuasan konsumen dan (5) perilaku setelah pembelian. Di samping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan kepuasan konsumen akan dipengaruhi juga oleh kualitas terhadap apa yang diinginkan.

Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya) (Handoko, 2010:49). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Menurut Kotler dan Gary Amstrong, (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas

suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk.

Menurut Saladin (2002:123), "Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tinakah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut". Promosi merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam manajemen pemasaran, karena promosi merupakan kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk berkomunikasi dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi diharapkan ada tanggapan dari konsumen atas produk yang ditawarkan. Tanggapan ini oleh konsumen bisa dikategorikan dalam kesiapan pembeli, yaitu kesadaran, pengetahuan, kegemaran, preferensi, keyakinan, dan pembelian. Menurut McCharty & Perreal (1995 : 64) promosi adalah komunikasi informasi antara penjual dan calon pembeli atau pihak-pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku dalam kepuasan konsumen.

Dalam hal ini, Risna Bordir Kediri juga mengalami persaingan yang sangat ketat diantara kompetitornya. Risna Bordir Kediri juga berupaya mempertahankan minat beli konsumen dengan berbagai upaya dilakukan, dan salah satunya meningkatkan kualitas produk, promosi, dan kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti berusaha mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Risna Bordir Kediri. Oleh karena itu dibuat penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan kepercayaan, Terhadap Kepuasan Konsumen Risna Bordir Kediri.**

II. METODE

Dalam penelitianini yang menjadi variabel terikat adalah: Kepuasan konsumen (Y). Sedangkan Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) promosi (X_2)

kepercayaan (X_3). Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitan ini yaitu korelasi.

Pendekatan penelitian mempunyai peranan yang penting dalam suatu penelitian karena berhasil tidaknya pengujian suatu hipotesis sangat tergantung pada ketepatan dan ketelitan dalam menentukan metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik dan di dalam penelitian dilakukan mengunakan rumus statistik (Arikunto, 2006:147). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Risna Bordir Kediri. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan menggunakan metode purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap yang mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Umar:2004). Dari perhitungan diatas dapat disebutkan bahwa jumlah sampel untuk penelitian ini sebanyak 35 orang responden. Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini, menggunakan instrumen penelitian berupa kuisioner, yang diukur dengan menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*). Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui satu tahap penelitian, yaitu kuesioner, adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan analisis uji regresi linier berganda maka berikut ini dijelaskan dari setiap variabel yaitu :

a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

   Berdasarkan analisis uji t dengan hasil sig. = 0,000<0,05 artinya kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen

   Berdasarkan analisis uji t dengan hasil sig. = 0,011>0,05 artinya promosi secara parsial memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menerima penelitian sebelumnya bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan analisis uji t dengan hasil sig. = 0,074>0,05 artinya kepercayaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

d. Pengaruh kualitas produk, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan analisis uji F menunjukkan hasil sig. = 0,000<0,05 maka dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel bebas yakni kualitas produk, promosi, dan kepercayaan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas yakni penelitian ini untuk meneliti kualitas produk, promosi dan kepercayaan konsumen Risna Bordir Kota Kediri. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri.
4. Kualitas produk, promosi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Risna Bordir Kota Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Muktivariate dengan Program SPSS.* Semarang : Undip.

Hunt, H.K. 1991. *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction And Complain Behavior* dalam *Journal of Social Issues*. Vol. 47 (1), hal. 107-117.

Kartikasari (2012) "*Analisis Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan word of mouth comunication" terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Mega Jaya mebel semarang 2012*

Parasuraman, A. ,Zeithaml.V.A, & Berry. L.L. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality And its Implications for Future Research*. The Journal of Marketing, 49.

Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta

Supriyono, R.A, 1999. *Akuntansi Biaya : Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku Satu, Edisi Dua, Cetakan Dua Belas, BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, Chandra, Ardiana. 2007. *pemasaran Strategik.* Yogyakarta : Penerbit Andi

Wilkkie, WL. 1990. *Customer Behavior* 2nd *E*d. New York: John Wiley & Sons