

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN XYZ KOTA PEKANBARU

Evri Ramdino Febriati

Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning

Jln. Yos Sudarso KM 8 Rumbai Pekanbaru

E-mail : evriramdino@gmail.com

diterima: 20/6/2023; direvisi:20/7/2023; diterbitkan: 31/8/2023

Abstract: The aim of this research is to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction of Famys Hijab at PT. Circle Retailing Indonesia FCL Pekanbaru. The objects of this research are users of Famys products and the sampling technique in this research is purposive sampling. The sample in this study was 120 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The research results show that the product quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. The price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. The product quality and price variables have a simultaneous and significant effect on Famys Hijab customer satisfaction at PT. Circle Retailing Indonesia FCL Pekanbaru with a calculated F value of $16.456 > 3.07$, which means that the product quality and price variables simultaneously influence Famys Hijab customer satisfaction. at PT. Circle Retailing Indonesia FCL Pekanbaru. The results of this research suggest that Famys should continue to maintain product quality and determine the best price for each product..

Keywords: *Product Quality, Price, Customer Satisfaction.*

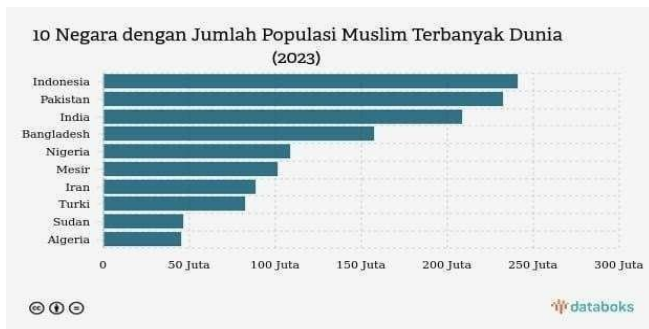
PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan Fashion semakin pesat. Industry hijab merupakan bagian dari industry fashion. Kemunculan tren hijab Style Indonesia merupakan salah satu fenomena yang muncul di dunia muslim dan terus berlanjut hingga saat ini. Perusahaan perlu meningkatkan kinerja untuk menghasilkan produk berkualitas yang mampu bersaing dengan produk lainnya. Selain itu, persaingan antar pasar lainnya. Selain itu, persaingan antar pasar industri hijab semakin ketat.

Hijab yang awalnya hanya digunakan sebagai penutup bagi Muslimah, kini digunakan oleh muslimat untuk tampil modis. Nah, para pebisnis memanfaatkan fenomena ini untuk mendapatkan keuntungan dengan menciptakan berbagai desain hijab yang tidak berbeda dengan syariah. Dalam situasi pasar saat ini, konsumen mempunyai beberapa alasan dalam memilih suatu produk, salah satunya adalah penggunaan hijab. Berhasil atau tidaknya suatu produk di pasaran tidaknya

suatu produk di pasaran tergantung pada kompetensi Perusahaan dalam memadukan kegiatan pemasaran.

Menurut assauri (2017:81), pemasaran memiliki konsep seperti filosofi manajemen di dalam bidang pemasaran yang menyangkut kebutuhan dan keinginan konsumen serta didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang berorientasi pada pemberian kepuasan konsumen yang menjadi kunci utama. Kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keberhasilan organisasi karena berusaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 1 Populasi Muslim Terbanyak Di Dunia

Sumber: Olahan Data, 2023

Pada gambar 1 dapat diketahui bahwa Indonesia memang posisi pertama dalam jumlah populasi terbanyak di dunia.

Famys Hijab sendiri merupakan Perusahaan Terbuka (PT) yang bergerak di bidang manufaktur tekstil. Awalnya Famys Hijab adalah Perusahaan menengah, namun semakin berkembang menjadi PT Circle Retailing Indonesia yang sekarang bernama Famys Circle Label (FCL). Faktanya, Famys sudah memiliki 5 toko di Pekanbaru, Jl. Kairuddin Nasution, Jl. Harapan Raya, Jl. Jend. Sudirman (Seberang Telkom), Jl. Jend. Sudirman (Seberang Toko Toba), Jl. Lh. Ahmad Dahlan No 49 dan juga di dalam maupun diluar Riau. Famys aktif juga di media sosial seperti Instagram dengan 270.000 pengikut dan juga di Shopee dengan 67.000 pengikut serta aktif juga di Lazada dan Facebook.

Di Indonesia sendiri, banyak sekali brand hijab yang ditawarkan kepada konsumen. Maka dalam pasar yang sangat besar, banyak produsen hijab yang berlomba-lomba membuat produknya lebih baik dari yang lain, seperti Rabbani, Elzatta, Zoya, Shafira dan masih banyak lainnya. Tentunya hijab Famys yang masih muda mampu bersaing dengan brand hijab lokal ternama.

Tabel 1 Data Jumlah Penjualan Famys Hijab Di PT Circle Retailing Indonesia FCL Pekanbaru Tahun 2018-2022

No	Tahun	Total penjualan seluruh produk di PT Circle Retailing Indonesia FCL Pekanbaru
1.	2018	Rp.980.163.500
2.	2019	Rp.1.350.269.000
3.	2020	Rp.1.115.050.500
4.	2021	Rp.998.875.400
5.	2022	Rp.1.747.000.000

Sumber Data : Data Olahan Famys Hijab
24 Nivember 2023

Pada Tabel 1 diatas terlihat penjualan seluruh produk Famys mengalami peningkatan pada musim 2018-2019. Namun pada tahun 2020-2021, penjualan Famys mengalami penurunan akibat merebaknya wabah Covid-19 di Indonesia. Namun pada tahun 2022, penjualan produk Famys jumlah konsumen yang membeli hijab Famys mengalami perubahan selama 5 Tahun terakhir. Jadi dapat disimpulkan jika tidak ada covid di Indonesia maka penjualan hijab Famys akan meningkatkan setiap tahunnya.

Bahan yang digunakan Famys Hijab merupakan bahan yang berkualitas baik. Tentunya Famys menghasilkan produk – [produk yang berkualitas, karena famys menggunakan produk – produk terbaik yang juga modis dan mengikuti tren pasar.

Dapat dilihat harga yang sering digunakan sebagai penentu nilai karena harga dihubungkan dengan manfaat yang di dapat atas suatu produk yang konsumen beli. Konsumen selalu membandingkan harga diri masing – masing produsen dan mencari mana yang paling efisien.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Hadiyati (2017:6) memberikan definisi bahwa manajemen adalah ilmu dan seni tentang bagaimana seorang manajer mencapai tujuannya dengan menggunakan sumber daya manusia sumber daya modal, sumber daya fasilitas dan sumber daya lainnya. Berdasarkan pernyataan ini, tampaknya ada tiga isu penting tentang manajemen.

1. Tujuan harus tercapai.
2. Tujuan dicapai dengan menggunakan Tindakan orang lain.
3. Tindakan orang lain harus diarahkan dan diawasi

Kualitas Produk

Kualitas merupakan factor pemuasan kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan, kualitas produk mengacu pada persepsi bahwa penjual menawarkan produk dengan harga jual yang lebih tinggi dan tidak dimiliki dengan pesaing lainnya.

Harga

Harga merupakan salah satu factor variable yang memegang peranan sangat penting di mata konsumen. Ketika memutuskan pembelian suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, penetapan harga yang sesuai dengan ekspektasi konsumen akan mendorong pembelian berulang.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2019:217), kepuasan adalah kebahagiaan atau kekecewaan seseorang yang terjadi Ketika produk (hasil) yang dirasakan tidak sebanding dengan hasil yang dihasilkan.

Menurut Tjiptono (2019:217), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca pembelian dimana pilihan yang dipilih memenuhi atau setidaknya melebihi harapan pelanggan, sedangkan

ketidakpuasan adalah Ketika hasil (outcome) tidak sesuai harapan.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah pelanggan Famys Hijab yang berada di Kota Pekanbaru.

Populasi

Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk Famys Hijab melalui Khyrastore di Pekanbaru. Populasi pada penelitian ini belum diketahui.

Sampel

Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu, random sampling Dimana populasi sasarannya adalah mereka yang memenuhi kriteria yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari kriteria sampel yaitu, Wanita yang juga merupakan pelanggan Famys Hijab dan berbelanja di Famys Hijab Pekanbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas merupakan Tingkat yang mengukur karakteristik fenomena yang diteliti. Uji konfirmatori dilakukan dengan mengkorelasikan setiap pernyataan dengan total skor setiap variable. Validitas mengacu pada sejauh mana suatu pengukuran akurat dan tepat dalam menjalankan tugasnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa andal indikator atau kuesioner. Validitas indikator atau angket dapat dilihat berdasarkan Cronbach's alpha (α). jika cronbach's alpha (α) kurang dari 0,60 maka indikator atau kuesioner tersebut

dianggap tidak dapat diandalkan dan tidak dapat dipercaya.

Pengujian reabilitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistic, yaitu dengan uji SPSS. Dikatakan reliabel apabila Cornbach Alpha > Nilai Batas. Nilai batas = 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan plot probabilitas normal yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Jika distribusinya normal, maka garis yang menggunakan data sebenarnya mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang menguji apakah variable dalam suatu model regresi terdapat korelasi antar variable independent yang ditemukan, karena model uji agresi yang baik tidak boleh terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastitas

Uji Heterokedastitas menunjukkan bahwa variasi suatu variable tidak sama pada semua pengamatan. Model regresi yang baik adalah tanpa heretoskedasty.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Jika dianalisis angka – angka yang terdapat pada regresi linear berganda tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai 7,557 merupakan konstanta atau kondisi ketika variable lain yaitu kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Jika variable independennya. Jika variable independennya tidak ada, maka

variable kepuasan pelanggan tidak akan berubah.

2. B1 (Nilai koefisien regresi sebesar 0,332 menunjukkan bahwa variable harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya setiap kenaikan 1 satuan variable mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,332.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Sumber hasil pengolahan Data, 2023

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2023.

Nilai sign < 0,05 = 0.000 < 0,05

Nilai F hitung > Nilai F tabel
= 16,456 > 3,07

b. Uji Parsial (Uji T)

Nilai sign < 0,05

Nilai T hitung > Nilai T tabel

T tabel = $t(a/2 : n - K - 1)$

A=5% = $t(0,05/2 : 120 - 2 - 1)$
= 0,025 : 116

= 1,980

T tabel = 1,980

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Famys Hijab Circle Retailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru. Hal ini terlihat dari nilai T sebesar 3,639 > T hitung dari tabel 1,980, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 0,000.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dalam pengujian dalam penelitian ini menyatakan bahwa variable harga sangat berpengaruh

prostif dalam kepuasan pelanggan PT Famys Hijab. Circle Retailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru Dimana $T - \text{terhitung sebesar } 4,733 > T - \text{tabel } 1.980$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable harga dengan nilai 0,000 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari pengujian yang diperoleh menunjukkan variable kualitas produk dan harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Famys Hijab PT Indonesia FCL Kota Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, pembahasan pap Bab sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Famys Hijab karya PT. Circle Retailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru, penulis mengambil Kesimpulan sebagai berikut :

1. Circle Retailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil respon survey yang penulis bagikan dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Dapat disimpulkan bahwa hijab Famys menghasilkan kualitas produk yang sangat baik di mata pelanggan.
2. Circle Ratailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil respon survey yang penulis bagikan kepala total 120 responden, disimpulkan bahwa hijab Famys memiliki harga yang sangat baik.
3. Kualitas produk dan harga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan Famys Hijab di PT. Circle Retailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil survey respon yang penlis bagikan kepada total 120 responden, kualitas produk dan harga diklaim memuaskan pelanggan Famys Hijab di PT. Circle Retailing Indonesia FCL Kota Pekanbaru.

SARAN

Berdasarkan temuan dan Kesimpulan penelitian yang telah disampaikan, penulis kemudian memberikan saran – saran yang mungkin berguna bagi pihak yang terlibat penelitian ini. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner penelitian dan pembahasan Dimana telah diketahui harga memiliki nilai yan lebih rendah dari pada kualitas produk.

Untuk itu diharapkan kepda Famys Hijab agar memperhatikan penetapan harga serta menyediakan bergabagi jenis produk dengan harga dari yang termurah sampai terhamahal yang disesuaikan dengan kualitas produk

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hadiyati. (2017). Pengantar Manajemen. Pekanbaru: CV. Karya.
- Keller, Kotler Philip. 2019, Marketing Management Global Edition 15, Marketing Management Global Edition 15, PEARSON EDUCATION.
- Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.