

DEVI KURNIAWATI

by UNITRI Press

Submission date: 25-May-2022 03:00AM (UTC-0400)

Submission ID: 1742091072

File name: DEVI_KURNIAWATI.docx (39.04K)

Word count: 1358

Character count: 8889

7
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
PADA ROSE AKSESORIS KOTA MALANG

SKRIPSI

Diajukan Agar Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

DEVI KURNIAWATI

NIM : 2018120161

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2022

RINGKASAN

Kemajuan pada era globalisasi, kini memunculkan persaingan ketat baik lokal ataupun internasional. Para pengusaha harus mempunyai strategi unggul dalam menghadapi ketatnya persaingan tersebut. Penelitian dimaksudkan sebagai upaya mengkaji dan mendeskripsikan hal-hal yang bisa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui pendekatan kualitas produk serta harga pada Rose Aksesoris Kota Malang secara simultan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian uji pengaruh melalui data kuantitatif dengan model analisa uji regresi berganda. Hasil pada analisis kualitas produk variabel X1, mempunyai angka t-hitung yaitu 3,806 yang lebih tinggi dari angka t-tabelnya yaitu 2,052 dan angka signifikansinya menunjukkan 0,001 lebih rendah dari error 0,05, maka kualitas produk dinyatakan mempunyai pengaruh positif serta signifikan secara individu terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel Y, dinyatakan diterimanya hipotesis 1. Ukuran harga variabel X2, mempunyai angka t-hitung yaitu 4,309 yang lebih tinggi dari angka t-tabelnya yaitu 2,052 dan angka signifikansinya menunjukkan 0,000 lebih rendah dari error 0,05, maka tingkat harga dinyatakan mempunyai pengaruh positif serta signifikan secara individu terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel Y, dinyatakan diterimanya hipotesis 2. Secara bersama-sama kualitas produk sebagai variabel X1 dan tingkat harga sebagai variabel X2 diuji terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel Y mempunyai angka f-hitung yaitu 48,815 yang lebih tinggi dari f-tabelnya yaitu 3,320 dan angka signifikansinya menunjukkan 0,000 lebih rendah dari error 0,05, maka secara bersama-sama variabel X mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Y yang merupakan kepuasan konsumen, dinyatakan diterimanya Hipotesis 3.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pada era globalisasi, kini memunculkan persaingan ketat baik lokal ataupun internasional. Para pengusaha harus mempunyai strategi unggul dalam menghadapi ketatnya persaingan tersebut. Tujuan bagi para pengusaha untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam usahanya yaitu harus bisa memikat konsumen dan menjaga kepercayaan konsumen melalui ukuran kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat mendorong usaha untuk bisa lebih maju dan berkembang.

Perkembangan bisnis dengan beragamnya jenis usaha sangat tumbuh dan kembang cepat di Indonesia salah satunya pada Malang Raya Provinsi Jawa Timur. Salah satu usaha berada di Jln. Perumahan Taman Landungsari Indah No 14, Landungsari, Kec. Dau, Kota Malang, yakni Rose Aksesoris yang bergerak di bidang usaha *fashion* dan *lifestyle*. Rose Aksesoris merupakan toko yang menyediakan pernak – pernik *fashion* seperti kaos kaki, sarung tangan, masker, jilbab, ikat pinggang, sepatu dan sandal, dompet bahkan perlengkapan ospek juga ada dengan persediaan selama berlangsungnya musim orientasi mahasiswa baru masing – masing kampus di Kota Malang.

Setiap usaha harus mempunyai keunggulan dan daya saing produk untuk dapat memperoleh konsumen demi kemajuan suatu usaha yang dilihat dari semakin tingginya konsumen suka terhadap produk yang dijual (Setyaningrum, 2019:17). Berbagai jenis produk berusaha untuk memenangkan pasarnya, salah satunya produk yang disukai masyarakat adalah produk yang mengikuti musim atau selera pasar saat ini. Salah satu jenis produk yang sangat memiliki selera pasar yang tinggi dan terus berkembang di berbagai musim yaitu produk aksesoris. Dalam hal pemasaran produk aksesoris, diperlukan inovasi dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk aksesoris tersebut. Mempengaruhi konsumen untuk membeli produk aksesoris dapat dilakukan dengan cara memberikan layanan yang baik melalui pemberian kualitas yang bagus dan pemberian harga yang menarik bagi konsumen.

Keberhasilan memikat konsumen tentunya konsumen melihat dari produk yang dipasarkan penjual, jika produknya sesuai selera konsumen maka rasa puas dapat diperoleh oleh konsumen. Produk yang dijual semakin sesuai dengan selera konsumen maka dapat menimbulkan konsumen untuk percaya dalam membeli produk tersebut. Konsumen tidak akan

tertarik dengan produk pesaing, karena sudah percaya kalau produk yang ditawarkan mempunyai selera yang bagus dibandingkan produk lainnya. Agar produk yang dipasarkan perusahaan bisa memenuhi selera konsumen maka para pelaku usaha harus mengetahui preferensi konsumen untuk mengerti produk seperti apa yang sedang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen yang sesuai dengan selera pasar saat ini (Fitriana, 2019:24).

Konsumen dapat merasakan kepuasan atau tidaknya tak cukup dengan adanya produk dengan kualitas baik, namun jika produk yang dibeli tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan ketidakpuasan akan terjadi. Sehingga dalam upaya memperoleh kepuasan, para pelaku usaha harus memiliki strategi sendiri terkait harga dari barang yang ditawarkan. Hal tersebut sesuai dengan paparan Kotler dan Keller (2017:43) dimana harga diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang ataupun jasa beserta manfaat dari produk itu sendiri.

Dalam membeli produk ukuran konsumen salah satunya adalah memandang harga sebagai hal utama untuk dibandingkan dengan kemanfaatan yang diperoleh dari produk tersebut. Ukuran harga tidak selalu dipandang dari tinggi atau rendahnya harga, namun dari seberapa besar kemanfaatan produk dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Semakin banyak kemanfaatan yang diperoleh dari produk itu, konsumen dapat merasakan kepuasan atas harga yang telah dibayarkan. Besarnya kemanfaatan yang diberikan akan membentuk persepsi konsumen terhadap barang tersebut. Sehingga para pelaku usaha harus dapat menciptakan harga dengan kemanfaatan yang lebih tinggi, sehingga konsumen setelah membeli produk tersebut dapat merasakan kepuasan.

Kepuasan konsumen merupakan hasil yang dirasakan konsumen atas puas tidak puas pada barang ataupun jasa yang dibelinya dengan dasar perbandingan manfaat produk yang diberikan dengan kemanfaatan sesuai keinginan para konsumen termasuk kebutuhannya (Kotler dan Keller, 2017:177). Jika kemanfaatan yang diperoleh tidak sebanding dengan apa keinginan harapan konsumen ketidakpuasan akan terjadi. Begitu juga sebaliknya, jika kemanfaatan melebihi hal-hal keinginan konsumen, pembeli akan merasakan kepuasan dari apa yang dibelinya. Sehingga ukuran puas atau tidaknya konsumen terhadap barang ataupun jasa itu yang dipasarkan, menuntut para pengusaha untuk selalu memiliki strategi yang tepat dalam upaya memenangkan bisnis dengan persaingan ketat (Tjjiptono, 2014:24).

Dalam upaya memenangkan rasa kepuasan dari konsumen, setiap produk yang dipasarkan keunggulan kompetitif produk menjadi utama dari segi harga maupun kualitasnya. Produk yang dipasarkan harus dapat memberikan kemanfaatan yang menyetarai keinginan konsumen. Untuk dapat mencapai hal tersebut, penelitian terkait strategi pemasaran melalui pendekatan

lingkungan konsumen yang ditinjau dari kepuasan dan lingkungan produsen yang ditinjau dari harga serta kualitas produk itu sendiri (Agustim, 2019).

Survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, menyatakan bahwa Rose Aksesoris mengalami turunnya penjualan yang signifikan yang disebabkan oleh banyak produk pesaing di pasaran, terlebih lagi para pebisnis juga dihadapkan pada wabah Covid19 yang secara langsung melemahkan perekonomian. Turunnya penjualan disebabkan oleh terdapat konsumen tidak puas karena produk yang dibeli konsumen tidak sesuai dengan selera konsumen. Selain itu juga timbul karena harga yang dipasarkan tidak sesuai dengan kualitas yang dijual. Hal tersebut berdampak langsung terhadap Rose Aksesoris berupa kerugian yang cukup besar. Dalam memperbaiki keadaan bisnis yang ada, Rose Aksesoris harus memiliki strategi inovasi dalam hal memperoleh kembali menciptakan rasa puas oleh pelanggan. Hal itu dapat dilakukan melalui analisis preferensi konsumen dengan pendekatan produk dari segi kualitas dan juga harganya. Sehingga diperlukan riset lebih dalam dengan penelitian tentang peningkatan kepuasan oleh konsumen melalui pendekatan produk berkualitas dan harga yang sesuai pada Rose Aksesoris Kota Malang.

2. Perumusan Masalah

6

Mengacu pemaparan yang ada, dituliskan rumusan masalah yang diangkat pada penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk serta harga secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rose Aksesoris Kota Malang?
2. Bagaimana kualitas produk serta harga secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rose Aksesoris Kota Malang?

3. Tujuan Penelitian

Mengacu rumusan yang sudah dituliskan, sehingga penelitian yang dilakukan bertujuan yaitu :

1. Untuk menganalisa bagaimana kualitas produk serta harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rose Aksesoris Kota Malang secara masing-masing variabel.
2. Untuk menganalisa bagaimana kualitas produk serta harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rose Aksesoris Kota Malang secara bersama-sama.

4. Manfaat Penelitian

Penelitian dimaksudkan bermanfaat dalam beberapa aspek antara lain :

1. Bermanfaat Secara Teori

a. Sebagai tambahan wawasan dan keilmuan khususnya dalam hal manajemen bisnis terkait strategi memperoleh kepuasan oleh konsumen melalui pendekatan barang atau jasa dari sisi kualitas dan harga yang sesuai.

b. Sebagai referensi oleh para akademisi dalam hal melakukan penelitian yang sejenis agar dapat memperkaya bahasa dan memperluas hasil penelitian.

2. Bermanfaat Praktis

a. Untuk Peneliti

Manfaat yang diperoleh peneliti dapat menjadikan sarana untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta keilmuan terkait manajemen pemasaran dan sebagai bekal aplikasi di dunia bisnis dalam hal memperoleh kepuasan oleh konsumen dengan strategi produk dengan kualitas unggul dan harga yang sesuai.

b. Bagi Rose Aksesoris

Manfaat untuk Rose Aksesoris yaitu sebagai bahan masukan kepada pemilik Rose Aksesoris dan memberikan perhatian dalam hal strategi produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

DEVI KURNIAWATI

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Bunda Mulia Student Paper	1%
3	Dinti Gircela, Lela Nurlaela Wati. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	1%
4	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
5	M. Ichsan Nawawi, Risnawati Ibtnas, Mahda Al Maidah, Wa Ode Firda Sasmita Darwin et al. "Analisis Pengaruh Penggunaan Kata Anjay terhadap Kondisi Psikis Generasi-Z", JURNAL AI-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA, 2022 Publication	1%
6	es.scribd.com Internet Source	1%

7

repository.unair.ac.id

Internet Source

1 %

8

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On