

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN JASA PELAYANAN PIA SINAR ABADI BALI

Chintya Angeline Liu¹, Amna Hartiati², Dewa Ayu Anom Yuarini²

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Unud

²Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Unud

Email: chintyaangelineliu@gmail.com¹

Email koresponden: amnahartiati@unud.ac.id²

ABSTRACT

Product quality and service have been the best method to compete that is used in the trade and service industry. One of the efforts that can be used to improve, maintain, and compete in a company is to increase the customer satisfaction. The objectives of this study are to determine 1) a partial effect of products quality on the level of consumer satisfaction 2) a partial effect of services to the level of consumer satisfaction 3) and the simultaneous effect of the quality of products and services on consumer satisfaction.

The method of collecting data in this study was the 270 questionnaires distribution. T test and spearman correlation method was used to analyze partially and simultaneous a relationship between the quality of the product (X1), service (X2), and consumer satisfaction (Y).

According to see spearman correlation analysis showed that significant value in all variable was 0,000 which means there was significant connection between product quality and service to the consumer satisfaction. Result in spearman correlation showed that value of coefficient correlation between quality product (X1) to the consumer satisfaction (Y) was 0,652, which means there was strong connection between product quality and consumer satisfaction. The value of coefficient correlation between service (X2) to consumer satisfaction was 0,794, which means there was strong connection between service to the consumer satisfaction. T test was also conducted to identify the partial connection. The coefficient of partial correlation in quality product to the consumer level was 3,720 and t value > t table, which means Ho is rejected and Ha is accepted. The coefficient value of partial correlation in service toward consumer satisfaction was 13,092 and t value > t table, which conclude Ho is rejected and Ha is accepted.

Key words: *Consumer satisfaction, quality products, services*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan perusahaan makanan dalam memproduksi makanan pada saat sekarang ini memang cukup pesat. Masalah pangan dikategorikan kedalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat terus melangsungkan hidupnya. Hal inilah yang menjadi

penyebab adanya persaingan sesama perusahaan makanan, karena sama-sama ingin memberikan yang terbaik dan masing-masing mempunyai keunggulan dalam produknya.

Kualitas produk dan pelayanan telah menjadi senjata paling jitu untuk berkompetisi yang digunakan oleh pimpinan perusahaan dagang ataupun jasa. Para pimpinan perusahaan dagang ataupun jasa. Dewasa ini berusaha membuat kualitas produk dan pelayanan yang super sebagai upaya untuk mendapatkan tempat di tengah konsumen. Salah satu usaha dalam meningkatkan pertahanan dan persaingan ketat suatu perusahaan adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga tingkat penjualan dipastikan akan naik. Oleh sebab itu konsumen harus dipuaskan, jika tidak ini akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya konsumen. Hal tersebut dikarenakan keberadaan konsumen sangat penting sebagai pendapatan utama perusahaan. Perusahaan harus berusaha memaksimalkan pelayanan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen (Dwininarsih, 2009). Menurut Kotler (1989) cara terbaik suatu perusahaan untuk menguasai dan memenangkan persaingan adalah dengan mengambil sudut pandang konsumennya. Suara Konsumen menjadi sangat penting dalam menentukan kualitas suatu produk, karena pada saat ini yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu produk bukan lagi produsen melainkan konsumen. Menurut Supranto (1997) jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan konsumen dan kinerjanya bagi perusahaan, artinya perusahaan harus mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen.

Riset kepuasan konsumen terhadap suatu produk bertujuan mengevaluasi pelayanan yang berkualitas bagi para konsumen untuk menciptakan rasa puas yang tercemin dari perilaku mereka. Pemilihan layanan yang diberikan akan mempengaruhi konsumen kembali lagi diwaktu lain dan bahkan merekomendasikan kepada kolega dan keluarganya.

Pia Sinar Abadi sebagai sebuah *home industry* yang berdiri pada tahun 2001 di Singaraja, Bali oleh Bapak Wayan Sadia dan pada tahun 2009 pia Sinar Abadi mulai membuka *workshop* di Denpasar. Kelebihan lain dari pia Sinar Abadi bila dibandingkan dengan pia yang lain ialah pada cita rasanya. Rasa coklat yang digunakan oleh pia Sinar Abadi berasal dari coklat murni sedangkan rasa keju yang digunakan oleh pia Sinar Abadi berasal dari keju tua. Kekurangan dari pia Sinar Abadi terdapat pada pia rasa kacang hijaunya yang hanya dapat bertahan selama satu minggu, maka bila konsumen ingin mendapatkan pia Sinar Abadi rasa kacang hijau, konsumen harus memesannya terlebih dahulu. Jumlah produksi dibuat sesuai kemampuan pembuatnya dan permintaan konsumen. Menurut survey langsung, dalam 1 (satu) minggu pia Sinar Abadi Bali

dapat menjual piannya ± 640 kotak per minggu dengan harga per kotak Rp. 60.000. Perusahaan ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen pia Sinar Abadi Bali terhadap kualitas produk dan jasa pelayanan yang telah diberikan pia Sinar Abadi sebagai pedoman dalam meningkatkan kualitas produk dan jasa pelayanan sehingga meningkatkan daya saing yang semakin ketat.

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial antara kualitas produk dan tingkat kepuasan konsumen, dan jasa pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen. Selain itu analisis korelasi spearman juga digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial antar masing-masing variabel.

Penelitian analisis kepuasan konsumen telah dilakukan oleh Dwininarsih (2008) yang mampu menyelesaikan masalah dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan bakmi Aisy di Depok. Penelitian lain adalah penelitian yang dilakukan Senoaji (2008) yaitu analisis tingkat kepuasan untuk nasabah PT. Bank Mandiri.

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli pia di pia Sinar Abadi yang terletak Jl. Sumatera no. 56. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen pia Sinar Abadi yang membeli pia di pia Sinar Abadi setiap harinya dengan asumsi konsumen per hari sebanyak 25 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental random sampling*, dengan sampel diambil dari konsumen yang saat itu sedang membeli pia di *workshop* pia Sinar Abadi. Penyebaran kuisisioner dilakukan selama 1 (satu) bulan yaitu pada bulan Oktober-November 2014. Penentuan jumlah sampel dilakukan perhitungan dengan menggunakan *Formula Slovin* maka diperoleh sampel sebanyak 261 dengan tingkat kesalahan 5%.

Identifikasi Variabel

Variabel yang diamati pada penelitian ini dibedakan menjadi 2 variabel yaitu variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan jasa pelayanan (X2), dan variabel terikat yang terdiri dari kepuasan konsumen (Y).

Data yang digunakan

Data yang digunakan oleh penulis adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar kuisioner kepada konsumen pia Sinar Abadi (Sumanto, 2006).

Metode Pengumpulan data

Data atau informasi yang dibutuhkan dalam penulisan ilmiah ini didapatkan dari studi lapangan, kuisioner dan riset kepustakaan.

Metode Analisis

Alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ialah analisa validitas dan reliabilitas, analisis korelasi spearman, dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisioner

Kuisioner dalam penelitian ini sebelum dibagikan ke konsumen pia Sinar Abadi diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. *Try out* dilakukan terhadap 30 responden konsumen pia Legong dengan 3 variabel. Melalui uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, jasa pelayanan, dan kepuasan konsumen adalah valid dan reliable. Valid artinya semua variable kualitas produk, jasa pelayanan, dan kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai alat ukur sesuai yang diinginkan, dan reliable artinya masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan untuk pengukuran yang sama.

Analisis Hasil Sebaran Data

Analisis hasil sebaran data digunakan untuk mengkategorikan tingkat kepuasan konsumen. Kategori kepuasan konsumen pia Sinar Abadi Bali dengan menggunakan metode yang digunakan oleh Surhayadi (2003) terhadap kualitas produk, jasa pelayanan, dan tingkat kepuasannya ialah sedang atau cukup puas dengan presentas 63,7% untuk variabel kualitas produk, 92,2% untuk variabel jasa pelayanan, dan 64,81% untuk variabel kepuasan konsumen

Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden yang berjumlah 270 dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Penelitian

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	• Laki-laki	103	38,15%
	• Perempuan	167	61,85%
2	Umur		
	• 17-25	59	21,85%
	• 26-35	76	28,15%
	• 36-45	97	35,93%
	• 46-55	38	14,07%
3	Pendidikan		
	• SD	5	1,85%
	• SMP	7	2,59%
	• SMA	167	61,85%
	• Sarjana	77	28,52%
	• Master	14	5,19%

Konsumen pia Sinar Abadi Bali sebagian besar adalah berjenis kelamin perempuan (61,85%), berumur 36-45 (35,93%), dan berpendidikan SMA (61,85%).

Metode Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi spearman yang digunakan untuk melihat hubungan kualitas produk dan jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 10.

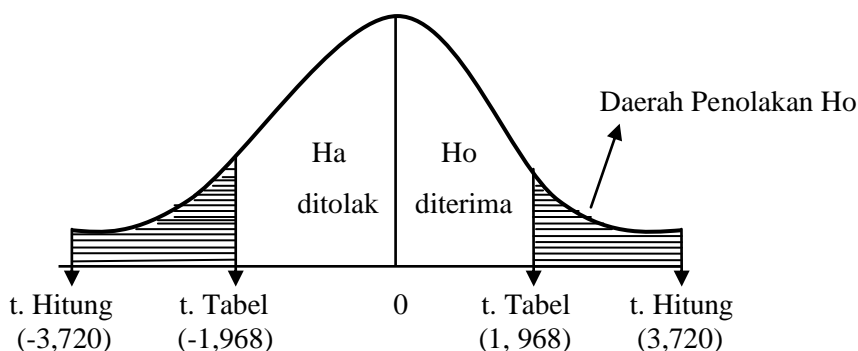
Tabel 10. Analisis Korelasi Spearman variabel kualitas produk, jasa pelayanan, dan kepuasan konsumen

		Kualitas Produk	Jasa Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Correlation	1	.661**	.652**
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	270	270	270
Jasa Pelayanan	Correlation	.661**	1	.794**
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	270	270	270
Kepuasan Konsumen	Correlation	.652**	.794**	1
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	270	270	270

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pada Tabel 10 dapat diketahui bahwa N atau jumlah data penelitian adalah 270, nilai sig. (2-tailed) adalah 0,000, sebagaimana dasar pengambilan keputusan diatas , maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,652 yang menandakan hubungan yang kuat antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Tabel 10 juga menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara jasa pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,794 yang menandakan hubungan yang sangat kuat antara jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 1. Kurva Analisis Korelasi Spearman

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini, dengan uji t akan diketahui pengaruh masing-masing variabel kualitas produk dan jasa pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

a. Uji t variabel kualitas produk (X₁) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Langkah-langkah uji tkualitas produk (X₁) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

Ho : Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ha : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Menentukan daerah kritis

Pada derajat bebas (db) = (n-k-1 ; 0, 05) = (266 ; 0, 05) nilai t tabel adalah 1, 968.

Daerah kritis dalam hipotesis ini adalah :

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,968$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

Ho diterima jika $-1,968 \leq t_{hitung} \leq t_{tabel} = 1,968$

3) Menentukan nilai t hitung

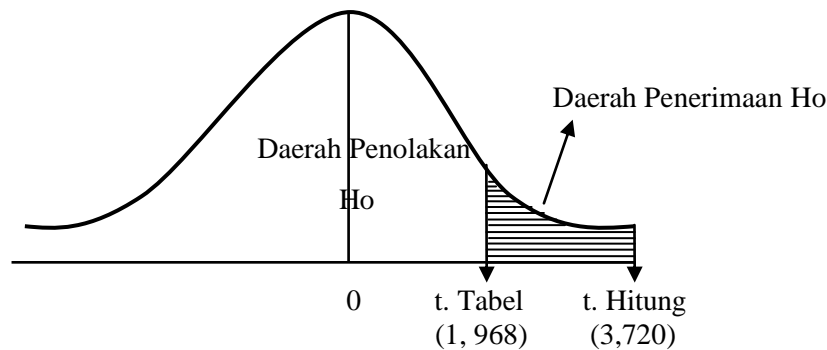
Berdasarkan dari perhitungan dengan program SPSS diperoleh nilai t hitung = 3,720.

4) Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung (3,720) > tabel (1,968) dengan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

5) Kesimpulan

Ho ditolak, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 3. Kurva Distribusi Uji t

b. Uji t variabel jasa pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

1) Merumuskan Hipotesis

Ho : Jasa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ha : Jasa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Menentukan daerah kritis

Pada derajat bebas (db) = $(n-k-1 ; 0,05) = (266; 0,05)$ nilai t tabel adalah 1,968.

Daerah kritis dalam hipotesis ini adalah :

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,968$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

Ho diterima jika $-1,968 \leq t_{hitung} \leq t_{tabel} = 1,968$

3) Menentukan nilai t hitung

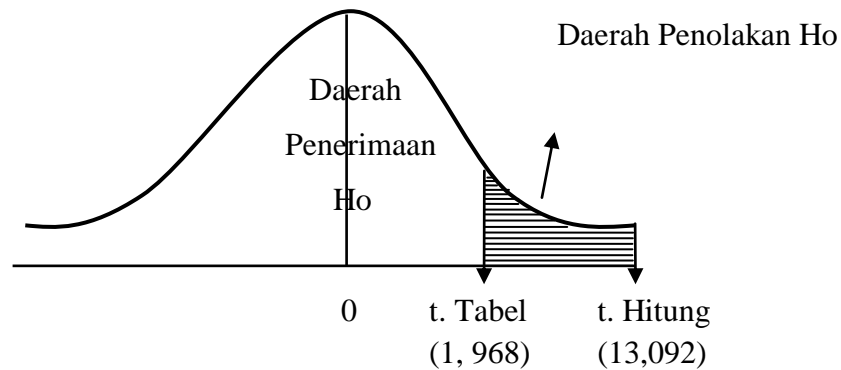
Berdasarkan dari perhitungan dengan program SPSS diperoleh nilai t hitung = 13,092.

4) Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung (13,092) > t tabel (1,968) dengan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

5) Kesimpulan

H_0 ditolak, yang berarti bahwa jasa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 4. Kurva Distribusi Uji t

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di pia Sinar Abadi Bali
2. Terdapat pengaruh secara parsial antara jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen di pia Sinar Abadi Bali.
3. Terdapat pengaruh secara simultan antara kepuasan konsumen dan jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen di pia Sinar Abadi Bali.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, untuk meningkatkan kepuasan konsumen penulis menyarankan agar pihak pia Sinar Abadi Bali sebaiknya meningkatkan kualitas produk dan jasa pelayanan karena kedua variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pia Sinar Abadi Bali. Peningkatan kualitas produk dapat melalui peningkatan mutu dan sanitasi, sedangkan peningkatan jasa pelayanan dapat melalui pelatihan karyawan sebagai salah satu langkah untuk memberikan pengetahuan terhadap karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiwinarsih, 2009. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depok. Dalam Jurnal Manajemen.
- Irianto, A. 2004. Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Juran, JM. 1994. Manajemen Produksi. Jakarta: Erlangga. Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, J. 1989. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga.
- Lerbin, R. 2005. Kepuasan Konsumen, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS. PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, 2001. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Norman R, 1984. Manajemen Service. Jakarta: Erlangga.
- Surhayadi, 2003. Statistik Deskriptif. Jakarta: Salemba Empat
- Senoaji, 2008. Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri. Dalam Jurnal Manajemen.
- Sugiyono. 2009. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumanto. 2006. Statistika Deskriptif. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Sunarto, 2001. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit AMUS.
- Sunarto, 2003. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerit AMUS.