

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KORELASINYA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODA STATISTICAL PROCESS CONTROL

R. Bagus Yosan

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana
Jl. Raya Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta 11650
Email: bagus.yosan@mercubuana.ac.id

Abstrak -- Pada tahun 2016, penjualan produk Smartphone XYZ di PT XYZ sebesar 208.290 unit, masih terbilang kecil dibandingkan dengan kompetitor yaitu produk AAA yang merupakan produk lokal pada tahun 2016 sebesar 1,7 juta unit. Dengan begitu, PT XYZ harus melakukan perbaikan agar bisa meningkatkan penjualan. Penjualan total XYZ adalah 11 % dari penjualan produk AAA, maka divisi smartphone PT XYZ harus segera melakukan perbaikan untuk mengejar ketertinggalan volume penjualan. Peningkatan performansi penjualan harus ditinjau dari analisa kualitas produk dan korelasinya terhadap tingkat kepuasan konsumen dengan metoda statistical process control. Pengujian data dalam riset ini menggunakan perangkat lunak SPSS ver 17. Hasil yang diharapkan dalam riset ini adalah PT XYZ dapat menemukan hubungan dan melakukan perbaikan agar penjualan smartphone XYZ mengalami peningkatan. Hasil dari riset ini didapat bahwa konsumen menilai bahwa kemampu perbaikan / serviceability adalah hal yang penting dengan point alpha 0,879.

Kata Kunci: Kualitas, Kepuasan Pelanggan, Mampu Perbaikan, Kemutakhiran, Keragaman

Abstract -- In 2016, XYZ Smartphone product sales at PT XYZ reached 208,290 units, which are still small compare competitors i.e AAA products which are also local products sold up to 1.7 million units in 2016. That is why, PT XYZ must make improvements in order to increase sales. XYZ's total sales are 11% of AAA's product sales, then PT XYZ's smartphone division must immediately make improvements to keep pace with sales volume. Improved sales performance should be reviewed from the quality level. Testing data in this study using SPSS software ver 17. The expected results in this research is PT XYZ can find relationships and make improvements to increase XYZ sales. The results of this study obtained consumers assessed that serviceability is important with alpha point 0.879.

Keywords: Quality, Customer Satisfaction, Serviceability, Updated, Versatility

PENDAHULUAN

Kualitas produk sangat penting. Adanya produk berkualitas baik yang ditawarkan kepada konsumen, maka konsumen akan percaya kepada produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Adanya kualitas produk yang baik maka konsumen akan membeli banyak produk yang ditawarkan. Ketika produk diminati banyak konsumen maka perusahaan akan memperoleh profit yang besar atas produk yang dijual. Menurut pendapat Rangkuti (1996), produk dikatakan bermutu bagi seseorang apabila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kotler (2006), semakin tinggi tingkat persaingan akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga, dan kualitas yang bervariasi. Sehingga, pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk.

Kepuasan konsumen adalah tujuan terakhir yang harus diperhatikan setelah perusahaan memberikan produk yang berkualitas kepada konsumen. Kepuasan konsumen adalah

tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Supranto, 2006). Pelanggan harus dipuaskan. Apabila pelanggan tidak dipuaskan, maka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing (Kesumajayansyah dan Yuwono, 2014).

PT XYZ Tangerang Banten berlokasi di Jl. Raya Serang KM 14, Cikupa, Tangerang, Banten. Perusahaan bergerak di bidang distributor produk XYZ, baik elektronik maupun *mobile phone*. Pada tahun 2016 penjualan produk *Smartphone* XYZ di PT XYZ sebesar 208.290 unit (Rizkia, 2016), seperti terlihat pada Tabel 1.

Hasil penjualan produk *smartphone* tahun 2016 masih terbilang kecil, yaitu sebesar 208.290 unit, dibandingkan dengan kompetitor yang sama-sama produk lokal pada tahun 2016 sebesar 1,7 juta unit. Agar perusahaan XYZ bisa bersaing dengan kompetitor, maka perusahaan harus membuat perubahan yang signifikan.

Tabel 1. Penjualan *Smartphone* XYZ

NO	BULAN	QTY (unit)
1	Januari	7.389
2	Februari	19.589
3	Maret	15.593
4	April	11.931
5	Mei	12.683
6	Juni	19.171
7	Juli	14.956
8	Agustus	14.838
9	September	5.289
10	Oktober	11.990
11	November	28.584
12	Desember	46.277
Jumlah		208.290

Penelitian ini membahas mengenai kepuasan konsumen pengguna produk *smartphone* XYZ dengan tujuan dapat meningkatkan kualitas produk. Hasil penelitian ini memberikan informasi kepada perusahaan PT XYZ terkait kualitas produk *smartphone* XYZ sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

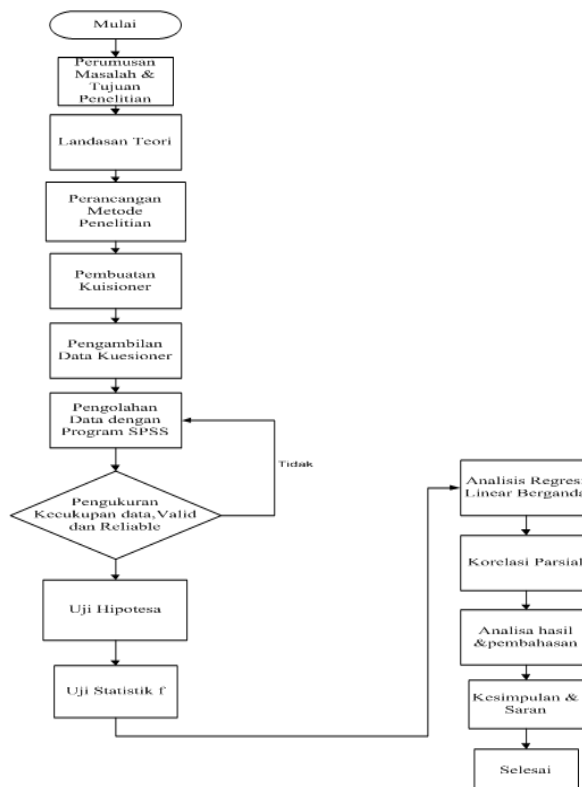
Dalam penelitian ini, terdapat batasan penelitian sehingga mempunyai arah atau target penelitian yang jelas. Batasan permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah. Pertama, objek pada penelitian ini adalah produk *Smartphone* XYZ type W 8470, 4G 502, dan 4G 551. Selain itu, responden pada penelitian ini adalah pengguna produk *Smartphone* XYZ di area PT XYZ Tangerang Banten.

Tujuan penulisan tulisan ini adalah menganalisa pengaruh kualitas produk *Smartphone* XYZ terhadap kepuasan konsumen. Serta, menganalisa langkah-langkah perbaikan yang bisa dilakukan berdasarkan korelasi hubungan antara variable tingkat kepuasan konsumen.

BAHAN DAN METODE

Langkah-langkah penelitian adalah tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian dari melakukan perumusan masalah dan tujuan penelitian sampai kesimpulan. Secara keseluruhan langkah-langkah penelitian diperlihatkan pada Gambar 1.

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah memulai penelitian dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Menentukan persoalan atau permasalahan-permasalahan yang terjadi di PT XYZ. Dilanjutkan dengan perumusan landasan teori. Penentuan teori-teori yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di PT XYZ. Teori-teori yang digunakan antara lain kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, validitas dan realibilitas (Rangkuti, 2002).



Gambar 1. Langkah - Langkah Penelitian

Perancangan metode penelitian merupakan langkah-langkah sistematis dan terstruktur yang digunakan dalam proses penelitian. Dalam analisa lebih lanjut maka dibutuhkan data kuisisioner. Pembuatan kuisisioner adalah membuat pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada responden sesuai dengan pilihan yang disediakan.

Pengolahan data dilakukan dengan Program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Data diproses dengan program SPSS dan penentuan data telah mencukupi, valid atau sah, dan *reliable* atau konsisten. Selanjutnya data dilakukan uji hipotesa untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, juga dilakukan Uji Statistik f. Uji Statistik f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Enayet dan Supinit, 2002).

Kemudian, Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Langkah validasi terakhir adalah Uji Korelasi. Uji korelasi parsial digunakan untuk mengidentifikasi kuat lemahnya hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat

Penutup dari riset ini adalah Kesimpulan. Ketika data sudah diolah kemudian disimpulkan inti permasalahan dan penyelesaian masalahnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk *Smartphone XYZ* adalah produk telepon genggam buatan Indonesia. Pabrik *Smartphone XYZ* berlokasi di Kudus Jawa Tengah. Produk *Smartphone XYZ* terdiri dari berbagai tipe dengan spesifikasi yang berbeda - beda. Gambar 2 memperlihatkan beberapa type produk *Smartphone XYZ* yang diteliti pada penelitian ini.



Gambar 2. Produk *smartphone XYZ*

Uji kecukupan data digunakan untuk mengetahui data hasil pengukuran apakah telah terpenuhi atau tidak pada setiap variabel pertanyaan. Uji kecukupan data dianggap cukup apabila $N \geq N'$ tetapi apabila $N < N'$ data tidak cukup. Uji kecukupan data pada penelitian ini digunakan rumus Arikunto, seperti terlihat pada Persamaan (1).

$$N' = \left[\frac{k/s \sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2}}{\sum X} \right]^2 \quad (1)$$

dimana:

N' = Jumlah data teoritis

k = Tingkat Keyakinan 85% ≈ 2

s = Derajat ketelitian 15%

N = Jumlah data pengamatan = 30

X = Data pengamatan

Hasil Uji Kecukupan Data Variabel *Easy of Use* (X1) dapat disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Uji Kecukupan Data Variabel *Easy of Use* (X1)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	5	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	6	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	7	Data Cukup
4	Pertanyaan 4	30	9	Data Cukup
5	Pertanyaan 5	30	8	Data Cukup

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 2, dapat diketahui uji kecukupan data variabel X1 dengan jumlah pertanyaan 5 dan jumlah data pengamatan (N) sebanyak 30 responden, maka jumlah data teoritis (N') berturut-turut sebesar 5, 6, 7, 9, dan 8.

Hasil Uji Kecukupan Data Variabel *Versatility* (X2) disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Uji Kecukupan Data Variabel *Versatility* (X2)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	10	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	11	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	13	Data Cukup
4	Pertanyaan 4	30	9	Data Cukup
5	Pertanyaan 5	30	20	Data Cukup

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 3, data variabel X2 dengan jumlah pertanyaan 4 menghasilkan data teoritis (N') berturut-turut sebesar 10, 11, 13, 9, dan 20

Hasil Uji Kecukupan Data Variabel *Durability* (X3) disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Uji Kecukupan Data Variabel *Durability* (X3)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	14	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	15	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	20	Data Cukup

Dari hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 4, walaupun jumlah pertanyaan variabel X3 hanya 3 pertanyaan; menghasilkan jumlah data teoritis (N') sebesar 14, 15, dan 20.

Hasil Uji Kecukupan Data Variabel *Serviceability* (X4) dapat disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Uji Kecukupan Data Variabel *Serviceability* (X4)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	14	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	12	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	7	Data Cukup
4	Pertanyaan 4	30	9	Data Cukup

Dari hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 5, dapat diketahui uji kecukupan data variabel X4 jumlah data teoritis (N') berturut-turut sebesar 14, 12, 7, dan 9.

Hasil Uji Kecukupan Data Variabel *Performance* (X5) dapat disajikan dalam Tabel 6.

Tabel 6. Uji Kecukupan Data Variabel *Performance* (X5)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	7	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	10	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	7	Data Cukup
4	Pertanyaan 4	30	9	Data Cukup
5	Pertanyaan 5	30	12	Data Cukup

Dari hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 6, dengan jumlah pertanyaan 5 memiliki jumlah data teoritis (N') berturut-turut sebesar 7, 10, 7, 9, dan 12. Hasil Uji Kecukupan Data Variabel *Prestige* (X6) dapat disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Uji Kecukupan Data Variabel *Prestige* (X6)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	12	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	10	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	12	Data Cukup

Dari hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 7, dengan jumlah data teoritis (N') berturut-turut sebesar 12, 10, dan 12 membuktikan kecukupan data terpanuhi dengan pembandingan N sebanyak 30 data. Hasil Uji Kecukupan Data Variabel Kepuasan (Y) dapat disajikan dalam Tabel 8.

Tabel 8. Uji Kecukupan Variabel Kepuasan (Y)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	30	11	Data Cukup
2	Pertanyaan 2	30	9	Data Cukup
3	Pertanyaan 3	30	18	Data Cukup

Dari hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel 8, uji kecukupan data variabel Y memiliki 3 pertanyaan dan jumlah data pengamatan (N) sebanyak 30 responden maka jumlah data teoritis (N') berturut-turut sebesar 11, 9, dan 18.

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu atribut pertanyaan. Perhitungan uji validitas pada penelitian ini digunakan program SPSS 17 dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai r tabel (*product moment pearson*) dengan nilai df (*degree of freedom*) = $n - 2$ jadi df = $30 - 2 = 28$ maka r tabel = 0,312 (Abbas, 2008). Hasil perhitungan uji validitas setiap variabel penelitian akan disajikan dalam bentuk beberapa tabel.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisioner variabel *easy of use* dengan 5 item pertanyaan diperlihatkan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas *Easy of use* (X1)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
Pertanyaan 1	0,365	0,312	Valid
Pertanyaan 2	0,522	0,312	Valid
Pertanyaan 3	0,749	0,312	Valid
Pertanyaan 4	0,691	0,312	Valid
Pertanyaan 5	0,695	0,312	Valid

Dari hasil perhitungan Tabel 9, diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation* /rhitung dari pertanyaan satu sampai lima berturut – turut sebesar 0,365; 0,522; 0,749; 0,691; dan 0,695 lalu nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5 % sebesar 0,312.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisioner variabel *versatility* dengan 5 item pertanyaan, diperlihatkan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas *Versatility* (X2)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
1	0,536	0,312	Valid
2	0,708	0,312	Valid
3	0,707	0,312	Valid
4	0,537	0,312	Valid
5	0,652	0,312	Valid

Dari Tabel 10, hasil uji validitas variabel *versatility* diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation* /rhitung dari pertanyaan satu sampai lima berturut-turut memiliki nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5 % sebesar 0,312 sehingga bisa disimpulkan korelasi valid.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisioner variabel *durability* dengan 3 item pertanyaan, terlihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas *Durability* (X3)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
1	0,649	0,312	Valid
2	0,597	0,312	Valid
3	0,497	0,312	Valid

Dari Tabel 11, hasil uji validitas variabel *Durability* diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation* /rhitung dari 3 pertanyaan; dan nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5 % sebesar 0,312 membuktikan kevalidan korelasi data.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisioner variabel *serviceability* dengan 4 item pertanyaan, ditunjukkan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas *Serviceability* (X4)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
1	0,724	0,312	Valid
2	0,654	0,312	Valid
3	0,748	0,312	Valid
4	0,881	0,312	Valid

Dari Tabel 12, hasil uji validitas variabel *serviceability* diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation* berturut-turut sebesar 0,724; 0,654; 0,748; dan 0,881 dengan nilai kevalidan 5% dari 30 responden; menunjukkan korelasi data valid.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisiонер variabel *performance* dengan 5 item pertanyaan, terlihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Validitas *Performance* (X5)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
1	0,617	0,312	Valid
2	0,787	0,312	Valid
3	0,662	0,312	Valid
4	0,773	0,312	Valid
5	0,404	0,312	Valid

Dari Tabel 13, hasil uji validitas variabel *performance* diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation /rhitung* dan nilai *r* tabel dengan taraf signifikansi 5 % sebesar 0,312 data adalah valid.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisiонер variabel *prestige* dengan 3 item pertanyaan, ditunjukkan pada Tabel 14.

Tabel 14, Hasil Uji Validitas *Prestige* (X6)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
1	0,835	0,312	Valid
2	0,832	0,312	Valid
3	0,623	0,312	Valid

Dari Tabel 14, hasil uji validitas variabel *prestige* diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation /rhitung* dari pertanyaan satu sampai tiga berturut-turut sebesar 0,835; 0,832; dan 0,623 korelasi adalah valid.

Berdasarkan hasil uji validitas kuisiонер variabel kepuasan dengan 3 item pertanyaan, terlihat pada Tabel 15. Dari Tabel 15, hasil uji validitas variabel kepuasan diketahui nilai *Corrected Item Total Correlation /rhitung* dari pertanyaan satu sampai tiga serta nilai *r* tabel dengan taraf signifikansi 5 % sebesar 0,312 menunjukkan kevalidan korelasi.

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Kepuasan (Y)

No Item	Nilai Corrected Item Total Correlation /rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
1	0,788	0,312	Valid
2	0,849	0,312	Valid
3	0,673	0,312	Valid

Uji kecukupan data digunakan untuk mengetahui data hasil pengukuran apakah telah terpenuhi atau tidak pada setiap variabel pertanyaan. Uji kecukupan data dianggap cukup apabila $N \geq N'$ tetapi apabila $N < N'$ data tidak cukup (Mulyono, 2007). Analisa dan pembahasan hasil perhitungan uji kecukupan data setiap variabel pertanyaan akan dianalisa sebagai berikut.

Pada Tabel 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 diketahui dari masing masing pertanyaan pada setiap tabel, mempunyai nilai jumlah teoritis (N') yang dibandingkan dengan jumlah data pengamatan (N) sebesar 30. Berdasarkan analisa $N \geq N'$, maka seluruh data dalam tabel telah tercukupi (Saglik *et.al.*, 2014).

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu atribut pertanyaan. Perhitungan uji validitas pada penelitian ini digunakan program SPSS 17 dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai *r* tabel (*product moment pearson*) dengan nilai *df* (*degree of freedom*) = $n - 2$ jadi *df* = $30 - 2 = 28$ maka *r* tabel = 0,312.

Analisa dan pembahasan hasil perhitungan uji validitas data setiap variabel pertanyaan akan dianalisa dan dibahas sebagai berikut.

Dari Tabel 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 hasil uji validitas variabel *easy of use* seluruh pertanyaan berstatus valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation / r* hitung > *r* tabel (*product moment pearson*) sebesar 0,312 (Saleem *et.al.*, 2015).

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisiонер (Sujarweni, 2008). Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai Cronbach's Alpha, jika nilai alpha > 0,60 maka data konsisten atau reliabel.

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas kuisiонер masing-masing variabel, disajikan tabel rangkuman hasil uji reliabilitas kuisiонер sebagai berikut.

Tabel 16. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rkritis	Keterangan
Easy Of Use	0,811	0,60	Reliabel
Versatility	0,830	0,60	Reliabel
Durability	0,749	0,60	Reliabel
Serviceability	0,879	0,60	Reliabel
Performance	0,837	0,60	Reliabel
Prestige	0,867	0,60	Reliabel
Kepuasan	0,875	0,60	Reliabel

Dari hasil perhitungan dengan program SPSS disajikan dalam Tabel 16, dapat diketahui bahwa semua nilai Cronbach's alpha > rkritis yaitu sebesar 0,60 maka semua variabel penelitian reliabel atau konsisten (Simamora.B, 2004).

Hipotesis adalah sebagai suatu keterangan sementara dari suatu fakta yang dapat diamati. Analisa dan pembahasan hasil uji hipotesa pada penelitian ini hanya meliputi uji F.

Uji f digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini memiliki enam variabel bebas dan satu variabel terikat, uji f menggunakan tingkat signifikan (α) 0,05, dengan derajat kepercayaan 95%. Jumlah sampel penelitian sebanyak 30 responden, maka $df1 = k - 1 = 7 - 1 = 6$, $df2 = n - k = 30 - 7 = 23$. Nilai α 0,05 maka nilai F tabelnya adalah 2,53.

Jadi hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas kualitas produk dimensi *easy of use* (X1), *versatility* (X2), *durability* (X3), *serviceability* (X4), *performance* (X5) dan *prestige* (X6) berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y) (Wang, 2006).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Uji regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikan (α) 0,05. Dengan derajat kepercayaan 95%. Model regresi linier berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + e$$

Hipotesis

H0: Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan

H1: Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan

Kriteria pengujian F test

Ho ditolak jika F hitung > F tabel

Ho diterima jika F hitung < F table

dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + e$$

$$Y = - 1,062 + 0,373X1 - 0,115X2 + 0,524X3 - 0,184X4 + 0,068X5 + 0,262X6$$

dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta (a) = Jika nilai (X1), (X2), (X3), (X4), (X5) dan (X6) sama dengan 0 maka kepuasan konsumen bernilai - 1,062.

Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,373 satuan untuk setiap penambahan satu satuan X1 (*Easy of use*). Jadi apabila *Easy of use* mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,373 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,115 satuan untuk setiap pengurangan satu satuan X2 (*Versatility*). Jadi apabila *versatility* mengalami penurunan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,115 satuan.

Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,524 satuan untuk setiap penambahan satu satuan X3 (*Durability*). Jadi apabila *durability* mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,524 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan (Yesenia, 2014).

Kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,184 satuan untuk setiap pengurangan satu satuan X4 (*Serviceability*). Jadi apabila *serviceability* mengalami penurunan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,184 satuan.

Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,068 satuan untuk setiap penambahan satu satuan X5 (*Performance*). Jadi apabila *performance* mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,068 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,262 satuan untuk setiap penambahan satu satuan X6 (*Prestige*). Jadi apabila *prestige* mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,262 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan. Pertama, pengaruh kualitas berperan penting dalam penentuan tingkat kepuasan konsumen. Hal ini dinilai dari variabel: *Durability*, *Serviceability*, *Performance*, *Prestige*, *Easy of use*, *Versatility*. Selain itu, tingkat kepuasan pelanggan dari variabel kualitas

memiliki skala prioritas. Adapun skala prioritas tertinggi dan terendah adalah sebagai berikut: *Serviceability* dengan tingkat 0,879 cronbach's alpha (tertinggi) dan *Durability* dengan tingkat 0,749 cronbach's alpha (terendah). Terakhir, validasi hasil pengolahan data menunjukkan korelasi kualitas dengan kepuasan pelanggan, baik dengan variabel kontrol maupun tanpa variabel kontrol adalah berkorelasi secara signifikan.

REFERENSI

- Abbas, J. Alli, and Monle Lee and Robert C. Camp. Factors Influencing Innovation and Marketing of New Products in Taiwan, *Journal of Competitiveness*. 2008; 8 (2): 163-175. http://dx.doi.org/10.1300/J057v08n02_11
- Enayet, M and Supinit, V. Service Quality and Customer Satisfaction Relationship: A Research in the Ambassador Bangkok, *International Journal of Social Science and Humanities Research*. 2002; 4 (1): 459-472.
- Kesumajayansyah, H. dan Yuwono, MAB. Analisa Kepuasan Pelanggan sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan di SF Digital Photo Service. *SINERGI*. 2014; 18 (1): 39-46.
- Kotler, P dan A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran*. Buku 4. Jakarta: PT. Salemba Empat Patria. 2006.
- Mulyono, Yoestini, Nugraheni, dan Kamal, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. 2007; 4 (2): 91-100. <https://dx.doi.org/10.14710/jsmo.v4i2.4253>
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2002.
- Rangkuti, *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 1996.
- Rizkia, C. Berapa Unit *Smartphone* Andromax Yang Terjual Selama 2016?. *Selular.id*. 2016.
- Saglik, E., et al, Service Quality and Customer Satisfaction Relationship: A Research in Erzurum Ataturk University Refectory. *American International Journal of Contemporary Research*. 2014; 4 (1): 100-117
- Saleem, A., et.al, Product Perceived Quality and Purchase Intention With Consumer Satisfaction. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*. 2015; 15 (1): 20-28.
- Simamora, B. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2004.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Wang, I. M., and Shieh, C. J. The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCJ Library. *Journal of Information and Optimization Sciences*. 2006; 27 (1): 193-209.
- Yesenia, Y. dan Siregar, E. H. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan, *Manajemen Jurnal*. 2014; 5 (3): 183-199.