

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMERS SATISFACTION* PADA PENGGUNA *HANDPHONE SAMSUNG* DI KABUPATEN PASAMAN BARAT

Citra Suci Mantauv

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman, Simpang Empat.
Jln. Pujarahayu Ophir, 26368. Email : chytra175@gmail.com

Diterima 02 Agustus 2016

Disetujui 31 Agustus 2016

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksud untuk melihat bagaimana pengaruh *Product Quality* dan *Price* Terhadap *Customers Satisfaction* pada pengguna *handphone Samsung* di Kabupaten Pasaman Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *handphone Samsung* di Kabupaten Pasaman Barat dengan jumlah sampel 100 orang, dimana teknik penarikan sampel menggunakan teknik *Convenience sampling*. Dari hasil penelitian ini didapatkan variabel *Product Quality* (X_1) dan *Price* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap *Customers Satisfaction* (Y) dengan tingkat signifikan 0,000. Besarnya pengaruh *Product Quality* (X_1) dan *Price* (X_2) terhadap *Customers Satisfaction* (Y) adalah 0,423 ($R^2 = 42,3$).

Kata Kunci : *Product Quality, Price, Customers Satisfaction*

ABSTRACT

This study was intended to see how the effects of Product Quality and Price to Customers' Satisfaction toward Samsung mobile phone users in West Pasaman. The population in this study was the Samsung mobile phone users in West Pasaman with the sample size of 100, where sampling techniques using Convenience sampling techniques. From the results of this study, the variable Product Quality (X1) and Price (X2) significantly affects the Customers Satisfaction (Y) with a significant level of 0.000. The amount of influence Product Quality (X1) and Price (X2) on the Customers Satisfaction (Y) is 0.423 (R2 = 42.3).

Keywords : *Product Quality, Price, Customers' Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju membawa manusia untuk dapat melakukan segala hal secara instan. Salah satu contoh adalah dalam dunia komunikasi. Surat-menyurat tidaklah lagi menjadi satu-satunya jalan untuk melakukan komunikasi jarak jauh, *handphone* menjadi pilihan utama, selain bisa digunakan untuk komunikasi jarak jauh, dapat dibawa kemana-mana, *handphone* juga memiliki banyak kegunaan lain. Pemakainya semakin bertambah luas dan hampir setiap orang memakainya.

Dengan perkembangan jumlah pemakai yang semakin banyak maka banyak juga muncul perusahaan-perusahaan pendukung dalam bidang ini. Salah satu perusahaan produsen *handphone* terbesar di Indonesia saat ini adalah *Samsung*. Karena jumlah pelanggan yang semakin banyak dan kritis dan muncul banyaknya pesaing, maka

perlu kiranya perusahaan mengenal seperti apa kelebihan ataupun kekurangan produknya di pasaran oleh perusahaan produsen *samsung*. Kualitas atau harga sering diartikan sebagai komposisi teknis dari suatu produk.

Handphone Samsung banyak dicari pembeli karena banyak faktor, diantaranya spesifikasi dan fitur setiap *handphone Samsung* selalu *update* terbaru untuk generasi teknologi multimedia yang digunakan dan harga *handphone Samsung* juga disesuaikan dengan teknologi terbaru yang menyertainya. Desain *handphone Samsung* selalu elegan dan terlihat mewah bila dilihat secara cermat dilengkapi teknologi terbaru baik sistem operasi dan juga spesifikasi maupun fitur-fitur yang lengkap diberikan mengikuti perkembangan teknologi.

Hingga saat ini *Samsung* menjadi salah satu pemimpin pasar elektronik yang banyak di

gunakan dan menempatkan Samsung pada posisi penjualan yang tinggi. Hal ini dapat kita lihat dari

Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1: Data penjualan handphone tahun 2013-2015 selama tiga tahun adalah

Table 1: Top Ten Smartphone Vendors Based on Market Share

Rankings	2013 Company	Market Share	2014 Company	Market Share	2015 Company	Market Share (F)
1	Samsung	32.5%	Samsung	28.0%	Samsung	26.6%
2	Apple	16.6%	Apple	16.4%	Apple	16.4%
3	Lenovo	4.9%	Lenovo + Motorola	7.9%	Lenovo	7.4%
4	Huawei	4.4%	LG	6.0%	Huawei	6.6%
5	LG	4.3%	Huawei	5.9%	Xiaomi	6.5%
6	Sony	4.1%	Xiaomi	5.2%	LG	6.1%
7	Coolpad	3.6%	Coolpad	4.2%	TCL	4.1%
8	ZTE	3.2%	Sony	3.9%	Coolpad	4.0%
9	Nokia	3.0%	ZTE	3.1%	ZTE	3.4%
10	RIM	2.5%	TCL	2.7%	Sony	3.1%
	Others	20.9%	Others	16.7%	Others	15.8%
Shipment Total (Unit:M)		927.2		1,166.9		1,290.3

Source: Trendforce, Jan., 2015

Dari data diatas penjualan dapat dilihat bahwa penjualan handphone Samsung berada pada rangking pertama, pada tahun 2013 penjualan handphone Samsung sebanyak 32,5% , pada tahun 2014 28,0% dan pada tahun 2015 26,6%. Dari perbandingan penjualan handphone samsung tersebut dapat dilihat bahwa merek handphone samsung lebih unggul dari merek handphone lain nya tetapi dari segi penjualan handphone samsung mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Penurunan tersebut disebabkan kualitas produk yang di berikan oleh samsung itu sendiri, baik dari fitur-fitur yang di berikan, bentuk dan desain dari samsung / harga yang bervariasi merupakan suatu pertimbangan bagi seorang konsumen dalam membeli handphone samsung sehingga menciptakan rasa puas pada produk samsung tersebut. Dari hal tersebut secara nyata akan menciptakan suatu persaingan yang ketat dan intensitas yang tinggi, dalam memasarkan produk-produk handphone tersebut dengan berbagai macam strategi guna menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan.

Customer satisfaction merupakan hal yang paling didamba-damba atau diharapkan oleh perusahaan, demi kelangsungan daur hidup perusahaan yang dikelolanya. Menurut Philip Kotler (2007) *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap atau hasil

suatu produk dan harapan-harapannya. Penilaian yang positif terhadap suatu produk, dapat meningkatkan jumlah pelanggan terhadap produk tersebut, dan sebaliknya, penilaian yang negative terhadap suatu produk, dapat menurunkan jumlah pelanggan bahkan menghilang. *Customer satisfaction* adalah salah satu faktor yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, karna dengan semakin bertambah nya pelanggan maka akan semakin besar laba yang akan di terima oleh perusahaan tersebut.

Menurut Oliver dalam Barner (2001), *satisfaction* adalah tanggapan konsumen atas terpenuhi kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan konsumen. Seperti halnya handphone samsung yang memberikan kenyamanan konsumen dengan fitur-fitur yang canggih tidak hanya untuk kebutuhan pribadi tetapi bisa digunakan untuk kebutuhan bisnis.

Customer satisfaction terjadi karena manfaat yang di rasakan terhadap produk samsung, Artinya bahwa untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, sebuah perusahaan harus memiliki konsumen yang merasa suka dan puas terhadap produk yang di tawarkan. Karena produk

yang ditawarkan memiliki nilai yang sesuai dengan persepsi nilai pelanggan yang berlaku.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), *”product quality* adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan”. Seperti halnya handphone samsung yang memiliki kualitas bahan yang digunakan cukup baik dan layak. Kaca layar bagian depan memiliki ketebalan dan kepadatan yang baik. Multimedia speaker eksternal yang menghasilkan kualitas musik yang cukup baik, sangat jelas dan bisa sangat keras jika menggunakan volume yang maksimal. Kualitas gambar yang bagus dengan kamera yang canggih serta daya tahan baterai yang cukup baik. Jika terjadi kerusakan maka untuk memperbaikinya mudah karena suku cadang untuk produk samsung tersedia dicounter-counter handphone di Indonesia dan memiliki garansi.

Selain dari kualitas produk, faktor harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Swastha dan Sukotjo (2000) *”Price* adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”. Sedangkan Menurut Tjiptono (2004), secara sederhana istilah *price* dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Seperti halnya biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah handphone Samsung yang di butuhkan.

Pada zaman modern ini, konsumen telah mulai cerdas dalam memilih harga dengan tingkat kualitas yang diterimanya atas produk yang diinginkannya. Dari prasurvey yang peneliti lakukan terhadap 20 responden yang memakai produk hanphone samsung didapatkan kesimpulan bahwa *product quality* dan *price* produk hanphone samsung sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang diterimanya dan mereka merasa puas dengan produk hanphone samsung.

Saat ini banyak perusahaan berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapatkan pencitraan yang positif di benak konsumen. Seperti handphone

samsung yang semakin di minati oleh konsumen yang mampu memberikan nilai kepuasan atas kemampuan produk yang mereka gunakan. Perubahan ekonomi dan kondisi sosial telah merubah perilaku dan sikap konsumen. Dengan susunan pilihan produk yang beragam dan versi harga yang bervariasi di pasar memberikan kesempatan pada konsumen untuk mencoba produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Perubahan inilah mengarahkan produsen untuk mencari dan kemudian terus mengembangkan produk yang mereka rintis, agar konsumen tetap merasa puas dalam menggunakan produk samsung khususnya handphone.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai penyebab kepuasan pelanggan sangat tinggi terhadap Handphone Samsung maka peneliti mengangkat judul: **”Pengaruh *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customers Satisfaction* pada Pengguna Handphone Samsung di Kabupaten Pasaman Barat”**. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna Handphone Samsung di Kabupaten Pasaman Barat?
2. Bagaimanakah pengaruh *Price* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Handphone Samsung di Pasaman Barat?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Adapun penelitian ini berdasarkan penelitian eksplanasi yang termasuk kedalam penelitian assosiatif kausal yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel sebab akibat yaitu variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (di pengaruhi), Sugiyono (2009). Kemudian teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik data kuantitatif yaitu metode yang menggunakan perhitungan angka sebagai pengolahan data. Jadi penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* dan *price* Terhadap *Customer Satisfaction*.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2009). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Masyarakat Pasaman Barat yang menggunakan handphone Samsung.

Menurut Sugiyono (2009) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk populasi yang belum diketahui jumlahnya maka L.R.GAY (2006) memberikan suatu ketentuan yaitu untuk memilih jumlah sampel minimal 30 subjek, merujuk pendapat tersebut agar tingkat kesalahan lebih kecil maka sebaiknya sampel yang di gunakan bertambah besar, Sugiyono (2009), untuk itu dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang yang menggunakan Handphone Samsung, maka pengambilan sampel digunakan dengan menggunakan sampel non probabilitas (non probability sampling) dengan teknik *Convenience sampling*, yaitu teknik sampling di mana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui yaitu, konsumen yang menggunakan handphone Samsung di Kabupaten Pasaman Barat.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh guna mendukung dokumen-dokumen (informasi) baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan Handphone Samsung di Pasaman Barat. Sumber data yang dijadikan acuan didalam pengolahan data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) yaitu:

Data primer

Menurut Indriantoro (2002) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau dari lapangan dengan menyebar kuesioner dan wawancara langsung. Dalam penelitian ini data primer berupa data yang diperoleh dari sumber individu melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen mengenai pengaruh *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Handphone Samsung di Kabupaten Pasaman Barat.

Data Sekunder

Menurut Indriantoro (2002) data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan yang relevan dengan penelitian, serta data berupa gambaran umum perusahaan.

Data yang berkaitan dengan pengaruh *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Handphone Samsung di Kabupaten Pasaman Barat.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda (*multi analition analysis*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2007). Dalam penelitian ini analisa regresi berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction*. Dengan persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana :

Y = Customer Satisfaction

a = Konstanta

X₁ = Product Quality

X₂ = Price

b_{1,2} = Koefisien Regresi

e = Variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Sebelum data hasil kuisisioner penelitian dianalisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap alat ukur penelitian untuk membuktikan apakah alat ukur yang digunakan memiliki kesahihan dan kehandalan untuk mengukur apa yang seharusnya menjadi fungsi ukurannya, yaitu untuk menguji apakah kuisisioner telah mengukur secara dan tepat apa yang ingin diukur pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat validitas, karena semua indikator berada diatas nilai 0,30. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *corrected item-total correlation*. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid bila memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,30 dan sebaliknya (Maholtra,1993). Selain valid, alat ukur juga harus memiliki kehandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas *Product Quality, Price* dan *Customer Satisfaction* menunjukkan reliabel karena cronbach's alpha diatas 0,70.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2007). Adapun

tujuan melakukan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah untuk melihat: Hasil analisis regresi linear berganda untuk membuktikan pengaruh *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Koefisien	Sig	Keterangan
Konstanta	1,240	0,000	-
<i>Product Quality</i> (X_1)	0,257	0,000	Signifikan
<i>Price</i> (X_2)	0,373	0,000	Signifikan
Koefisien Korelasi (R)	: 0,358		
Koefisien Determinasi (R^2)	: 0,423		
Nilai F	: 53,375		
Signifikan F	: 0,000		

Sumber : Pengolahan Data Primer 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,240 + 0,257 X_1 + 0,373X_2$$

Hasil analisis regresi linear berganda dapat diinterpretasikan bahwa variabel *Product quality*, dan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* karena memiliki nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan pengaruh secara bersama-sama antara *Product quality*, dan *price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna handphone samsung di Kabupaten Pasaman Barat adalah 42,3% ($R^2=0,423$) . Berarti 57.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Secara umum, hipotesis merupakan dugaan sementara tentang hubungan yang logis antara dua variabel atau lebih yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka berikut ini dapat disajikan ringkasan hasil uji hipotesis penelitian dimana *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 0.257 dengan signifikan 0.000. Artinya semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan handphone Samsung maka semakin puas konsumen yang menggunakannya. Dan *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 0.373 dengan signifikan 0.000. Artinya *price* yang

ditawarkan oleh produk handphone samsung sesuai dengan kepuasan yang didapatkan oleh konsumen ketika menggunakan produk handphone samsung.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada masyarakat Pasaman Barat atas partisipasinya dalam penelitian ini dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasaman Simpang Empat serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH dan Irawan, 2000, Manajemen Pemasaran Modern , Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Gay L.R. 2006. *Reserch methods For Business*. Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- Indriantoro, dan Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFYogyakarta, Yogyakarta
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid I. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2008. *Prinsip-PrinsipPemasaran*. Jilid I Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, UUP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Malhotra Naresh K, 1993. *Marketing Research and Applied Orientation*. USA: Prentice Hall International

- Oliver, 1997, *Great Answer to Tough the Marketing Question*, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Sugiyono (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2004, *Pemasaran Global*, Edisi Pertama, Andi, Yogyakarta.