

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV BINTANG PERKASA SRAGEN

Rian Yogastria Priyana¹⁾

¹⁾ Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNSA

ABSTRACT

In this study the author aims to determine the effect of product quality, price, and distribution channels on customer satisfaction at CV. Bintang Perkasa Sragen both partially and simultaneously. The hypothesis in this study is: Alleged product quality, price, and distribution channels have a significant effect on customer satisfaction at CV. Bintang Perkasa Sragen both partially and simultaneously. The data needed in this study are primary data obtained by questionnaire method from a sample of 89 respondents. Analysis of the data used in this study is multiple linear regression test, t test, F test and test coefficient of determination. The result of data analysis in this study can be concluded that product quality, price, and distribution channels have a significant effect on customer satisfaction at CV. Bintang Perkasa Sragen both partially and simultaneously.

Keywords: *product quality, price, distribution channels and customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dewasa ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Dalam era perkembangan zaman yang semakin cepat dan batas yang semakin tipis membuat manusia menuntut untuk diperhatikan lebih *customized* (Cespedes, 2005).

Terlebih lagi dalam hal pemenuhan terhadap kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap survive. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian konsumen akan sangat tergantung pada kinerja produk dalam memenuhi harapan konsumen terhadap suatu produk tertentu. Kemampuan produk memenuhi harapan konsumen akan dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang merasa puas akan kinerja produk akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan produk tersebut di pasar. Untuk itu dalam upaya meningkatkan volume penjualan setiap perusahaan selalu berupaya meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Keputusan pelanggan merupakan hal penting bagi CV. Bintang Perkasa Sragen sebagai salah satu perusahaan distribusi dan supplier keramik dan granit dalam rangka meningkatkan volume penjualannya. CV. Bintang Perkasa Sragen selalu berupaya

meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perhatian terhadap kualitas produk, kebijakan harga dan pemilihan saluran distribusi yang efisien dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya.

Kepuasan pelanggan menjadi hal penting bagi setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan volume penjualannya. Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk akan cenderung memilih produk tersebut untuk menjadi pilihan pemenuhan kebutuhannya. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, penetapan harga dan faktor distribusi produk yang cepat dan mudah didapat.

Melihat kondisi di atas, maka setiap perusahaan selalu berupaya untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kualitas produk dapat ditingkatnya melalui inovasi produk dan selalu merencanakan produk yang disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan pelanggan. Audi (2012) dalam penelitiannya menerangkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tegar (2016) dalam penelitiannya menerangkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dody (2012) dalam penelitiannya menerangkan bahwa kualitas produk kepuasan pelanggan.

Selain itu kebijakan dalam penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan layanan penjualan selalu mendapatkan perhatian serius bagi perusahaan. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dody (2012) dalam penelitiannya menerangkan bahwa harga berpengaruh secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Audi

(2012) dalam penelitiannya juga menerangkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang lain Tegar (2016) menerangkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor yang tidak kalah penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan adalah melalui penetapan saluran distribusi yang mudah dan cepat sehingga produk akan dapat dengan mudah dan cepat sampai pada pelanggan. Penetapan saluran distribusi yang tepat merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Fadilah (2013) dalam penelitiannya menerangkan bahwa saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini merumuskan permasalahan yang hendak dibahas, yaitu apakah produk, harga, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen baik secara parsial maupun secara simultan?

LANDASAN TEORI

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah penilaian pelanggan terhadap perbandingan kinerja produk dengan harapan pelanggan setelah melakukan pembelian di CV. Bintang Perkasa Sragen. Indikator yang digunakan dalam penilaian variabel ini adalah :

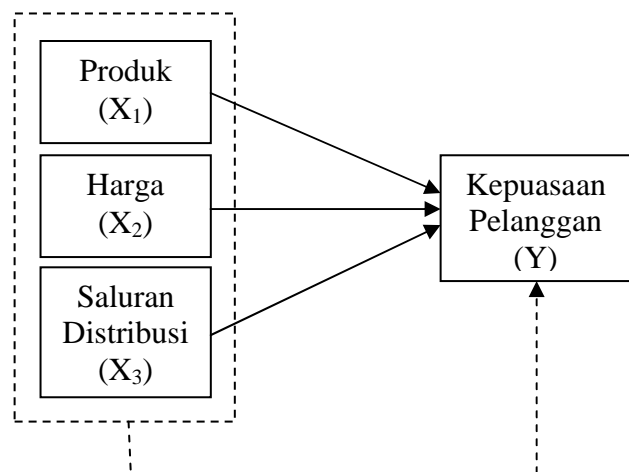
- a. Pelanggan puas melakukan pembelian di CV. Bintang Perkasa Sragen.
- b. Tidak ada keluhan terhadap produk yang dibeli di CV. Bintang Perkasa Sragen.

- c. Pelanggan memberikan pujian setelah melakukan pembelian di CV. Bintang Perkasa Sragen.
 - d. Melakukan pembelian di CV. Bintang Perkasa Sragen menjadi pengalaman yang bagus
 - e. Pelanggan puas dengan kecepatan pengiriman produk (Swastha, 2008: 122).
2. Produk
- Produk dalam penelitian ini adalah penilaian responden terhadap kualitas produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen. Indikator yang dapat digunakan dalam penilaian variabel produk dalam penelitian ini diantaranya adalah :
- a. Kemasan produk yang baik.
 - b. Manfaat produk.
 - c. Tidak ada produk yang cacat.
 - d. Sesuai dengan harapan pelanggan.
 - e. Produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Amstrong, 2006: 76).
3. Harga (*Price*)
- Harga (*price*) dalam penelitian ini merupakan penilaian responden terhadap harga atau biaya yang harus dikeluarkan/ditanggung konsumen untuk mendapatkan produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen. Indikator yang dapat digunakan dalam penilaian produk minuman Tab's dalam penelitian ini adalah:
- a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen.
 - b. Kesesuaian harga dengan pelayanan penjualan produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen.
 - c. Kesesuaian harga dengan manfaat produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen.
 - d. Harga kompetisi produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen.

- e. Harga produk yang ada di CV. Bintang Perkasa Sragen terjangkau (Swastha, 2008: 132).
4. Saluran Distribusi
- Saluran distribusi dalam penelitian ini adalah penilaian responden terhadap proses distribusi produk dari CV. Bintang Perkasa Sragen sampai dengan ke tangan pelanggan. Indikator yang digunakan dalam penilaian variabel ini adalah :
- a. Ketersediaan produk di CV. Bintang Perkasa Sragen
 - b. Kemudahan mendapatkan produk di CV. Bintang Perkasa Sragen.
 - c. Kecepatan pengiriman produk sampai di tangan pelanggan.
 - d. Jaminan kualitas produk sampai pada pelanggan.
 - e. Ketepatan waktu pengiriman produk (Kotler, 2007)

KERANGKA PEMIKIRAN

Dari uraian tersebut di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

HIPOTESIS

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: "Diduga produk, harga,

dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen baik secara parsial maupun secara simultan”.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenis data yang digunakan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sedangkan berdasarkan bentuk penelitiannya, penelitian ini merupakan asosiasi karena menganalisa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang diambil sebagai sampel, dalam penelitian ini terdapat 89 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer hasil jawaban kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik diantaranya dengan uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Dari hasil uji t dengan maka dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti bahwa ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil perhitungan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,899 > 1,988$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Sulistyanto (2007) dimana dalam produk jasa kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai salah satu produk yang mempunyai tingkat kompetisi di pasar yang sangat tinggi seperti produk bahan bangunan yang ada di pasar yang terdapat berbagai merek dengan keunggulan produk masing-masing, maka setiap perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan produk dalam bersaing seperti pilihan produk yang beragam, jaminan terhadap kerusakan produk sampai di tangan pelanggan dan sebagainya.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil perhitungan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,206 > 1,988$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna Apri Astuti (2009). Untuk itu dalam rangka meningkatkan tingkat kompetitif dari sebuah produk perusahaan harus secara bijaksana dalam penetapan harga produknya sehingga produk tersebut selain mempunyai harga yang sangat kompetitif juga tetap mampu

menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Selain itu dalam penetapan harga produk perusahaan harus mampu mengetahui segmentasi produknya agar harga produk dapat dijangkau oleh segmen tersebut.

c. Pengaruh saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil perhitungan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,726 > 1,988$) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan perlunya pemilihan saluran distribusi yang tepat agar produk sampai di tangan pelanggan dengan cepat dan sesuai dengan harapan pelanggan. Upaya ini dapat dilakukan melalui dukungan armada yang memadai baik jumlah maupun kualitas, tenaga sopir yang dapat diandalkan dan kedisiplinan pada karyawan bagian pengiriman.

2. Dari hasil Uji F dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($120,526 > 2,71$) dan nilai sig. uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak, berarti produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa: “Diduga produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen”, terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa faktor kualitas produk, harga, dan saluran distribusi merupakan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen.

3. Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi (R^2) dalam penelitian ini dapat diketahui nilai *adjusted R²* sebesar 0,803. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3) terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan (Y) di CV. Bintang Perkasa Sragen sebesar 80,3% sedangkan sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat dalam penelitian ini sudah tepat mengingat nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini relatif tinggi yaitu 0,803 atau 80,3%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa produk, harga, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bintang Perkasa Sragen baik secara parsial maupun simultan.

REFERENSI

- Arikunto, 2007, *Prosedur Penelitian Suatu Teknik Pendekatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asih Purwanto, 2008, “*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Audi Andreas. 2012. “*Pengaruh Product, Price, Place Dan Promotion Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Tab's Di Food Court Solo Grand Mall*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, Tidak Dipublikasikan.
- Basu Swastha, 2006, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta, Liberti.
- Cravens, 2007, *Marketing Mix*, Erlangga, Jakarta.
- Dharmamestra dan Irawan, 2006, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberti.
- Dharmamestra dan Handoko, 2005, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo, 2006, *Statistik Induktif*, Yogyakarta, BPFE UGM.
- Dody Mulyanto, 2012. “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Word Of Mouth Dan Loyalitas Pelanggan Speedy Di Kecamatan Pasar Kliwon Surakarta Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*”. Tesis, Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Slamte Riyadi Surakarta, Tidak Dipublikasikan.
- Fandy Tjiptono, 2001, *Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Heri Sulistyanto, 2007, “*Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Comfort Inn Hotel Solo*”, Skripsi, Fakultas Ekonomi, UNSA, Surakarta.
- Kusnadi, 2005, *Manajemen SumberDaya Manusia Dan Kepegawaian*, Jakarta : Pustaka Setia.
- Nasution, 2001, *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- _____, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Alih Bahasa: AB, Susanto Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler, 2007, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Philip Kotler, 2001, *Manajemen PemasaranModern*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Purbayu Budi Santosa, 2005, *Analisis Statistik dengan MS Exel dan SPSS*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2009. *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ratna Apri Astuti, 2009, “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telkom Flexi Trendy di Ungaran Kabupaten Semarang Tahun 2008*”. Skripsi Program Studi Manajemen Pemasaran S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Staton dan Basu Swastha, 2005, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta.
- Sulaksana, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung; Alfabeta.
- Tegar Aditya Fadillah S. 2016. “*Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Steak Moen-Moen Di Food Court Solo Grand*”

Mall". Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Surakarta, Tidak
Dipublikasikan.

Winardi, 2002, *Konsep-Konsep Pemasaran
Jasa*, Erlangga, Jakarta.