

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA HAND PHONE MEREK SAMSUNG GALAXY J PRO DI SURAKARTA

Septiyan Putro Nugroho¹⁾, Erni Widiastuti²⁾

¹⁾ Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi UNSA

²⁾ Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi UNSA

Abstract

In this study the authors have a goal to determine the effect of product quality, price and brand on mobile phone user satisfaction brand Samsung Galaxy J Pro in Surakarta either partially or simultaneously. Hypothesis in this research are: It is expected that product quality, price and brand have significant effect to user satisfaction of Samsung Galaxy J Pro brand mobile phone in Surakarta either partially or simultaneously. The data needed in this study is the primary data obtained from the questionnaires distributed to the respondents. Analytical techniques used in this study using multiple linear regression test, t test, F test and test coefficient of determination. The results of data analysis in this study can be concluded that product quality, price and brand significantly influence the user satisfaction of Samsung Galaxy J Pro brand mobile phone in Surakarta either partially or simultaneously.

Keywords: Product Quality, Price, Brand and User Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kumonisasi khususnya hand phone dewasa ini mengalami perkembangan yang begitu pesat. Mulai dari perkembangan fitur-fiturnya, sampai dengan perkembangan sistem yang digunakan pada telephone seluler saat ini telah mengalami perkembangan yang begitu pesat. Perkembangan teknologi yang ada pada produk hand phone ini seiring dengan perkembangan perilaku konsumen yang mengharapkan produk hand phone yang canggih dan dapat memenuhi setiap kebutuhan konsumen.

Hand phone dahulu yang dikenal adalah alat komunikasi yang dapat berfungsi untuk menelepon dan mengirim pesan singkat atau yang sering disebut dengan SMS, namun saat ini hand phone hampir dapat memenuhi setiap kebutuhan konsumen melalui berbagai aplikasi dan

kecanggihan fitur-fitur yang ada di dalamnya. Kebutuhan informasi, kebutuhan hiburan, kebuthan sosialitas, selfie semua dapat dilakukan hanya dengan menggunakan sebuah hand phone.

Melihat begitu kompleksnya kebutuhan konsumen saat ini yang harus dapat dipenuhi hanya dengan sebuah hand phone, maka tidak heran banyak tuntutan terhadap perkembangan produk hand phone dimana konsumen menghendaki terhadap produk hand phone yang mempunyai kemampuan mengakses data yang cepat dengan sinyal yang kuat, kapasitas memori yang besar baik secara internal maupun eksternal, kapasitas kamera yang lebih canggih, desain yang kuat dan menarik, serta yang pasti harga yang terjangkau.

Salah satu produk hand phone yang selalu mengalami inovasi seiring dengan perkembangan tuntutan konsumen terhadap produk hand phone sekaligus sebagai salah

satu produsen produk hand phone yang mempunyai brand yang sudah kuat di masyarakat adalah produk hand phone merek Samsung. Samsung merupakan salah satu brand produk hand phone yang saat ini mempunyai pangsa pasar yang kuat di pasar hand phone di Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa brand Samsung untuk produk hand phone sudah mempunyai nama di benak konsumen Indonesia. Kondisi ini membuktikan bahwa produk hand phone merek Samsung merupakan salah satu produk yang mempunyai kualitas produk yang sudah terbukti baik, mempunyai harga jual dan harga jual yang tetap tinggi dan terbukti sudah banyak digemari oleh konsumennya.

Brand Samsung khususnya pada produk hand phone menjadi salah satu brand yang mampu memimpin di pasar. Produk-produk hand phone merek Samsung seringkali dalam inovasinya menjadi contoh dari produk-produk hand phone merek yang lain. Baru-baru ini Samsung mengeluarkan produk hand phone terbaru yang dengan inovasi sesuai kebutuhan pelanggannya yaitu produk hand phone dengan seri Samsung Galaxy J Pro. Produk hand phone seri ini Samsung Galaxy J Pro ini didesain sesuai dengan kebutuhan pelanggan saat ini dimana pelanggan saat ini menginginkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan tidak hanya untuk selfie saja melainkan dapat mengunggah video dengan kualitas yang lebih baik, selain itu salah satu keunggulan yang lain dari produk seri Samsung Galaxy J Pro ini adalah sinyal max yang mendukung sinyal 4G yang lebih stabil.

Produk hand phone Samsung Galaxy J Pro saat ini yang dipasarkan di pasar Indonesia terdapat dua seri yaitu Samsung Galaxy J 5 Pro dan Samsung Galaxy J 7 Pro.

Produk hand phone seri Samsung Galaxy J Pro mempunyai respon pelanggan yang baik, hal ini menunjukkan bahwa produk hand phone seri Samsung Galaxy J Pro ini merupakan salah satu produk yang mampu memenuhi harapan pelanggannya saat ini.

Strategi yang selalu dipegang terhadap perusahaan dalam persaingan bisnis seperti bisnis telepon seluler saat ini adalah tetap menjaga kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat terbentuk dengan pemenuhan terhadap kebutuhan pelanggan melalui produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan yang ada pada produk hand phone merek Samsung selalu mendapat perhatian perusahaan sehingga tidak heran apabila produsen hand phone Samsung selalu berupaya mengetahui harapan pelanggannya. Salah satu bentuk inovasi dalam rangka menjaga kepuasan pelanggan adalah menciptakan produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada pelanggan produk hand phone seperti produk hand phone merek Samsung. Salah satu faktor penting yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor kualitas produk. Kecanggihan, fitur-fitur, kapasitas pendukung produk, dan daya tahan produk, merupakan aspek-aspek yang seringkali menjadi pertimbangan dalam menentukan kualitas produk hand phone. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sering berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bonifatius (2013) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor

harga. Pertimbangan terhadap harga produk seringkali berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan produk yang dibeli dengan harga yang telah dibayarnya diharapkan sesuai dengan harapannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Apabila konsumen merasa lega karena dengan membayar sejumlah harga karena produk yang dibelinya dapat memenuhi harapan. Selain itu keterjangkauan harga jual produk dan kestabilan harga purna jual menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih suatu produk hand phone. Sehingga apabila konsumen membeli produk dengan harga yang terjangkau dan produk tersebut tetap mempunyai harga purna jual yang tinggi menjadikan salah satu faktor konsumen merasa puas untuk membeli produk tersebut. pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bonifatius (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang tidak kalah penting yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor merek. Produk yang diproduksi oleh produsen yang telah mempunyai merek yang sudah dikenal di pasar akan lebih menyakinkan konsumen. Hal ini dikarenakan produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan dengan merek yang sudah di kenal akan lebih terjamin dan sudah terbukti kualitasnya, sehingga tidak heran apabila merek seringkali berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk produk hand phone.

PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini merumuskan permasalahan yang hendak dibahas, yaitu apakah kualitas produk, harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pengguna hand phone merek Samsung Galaxy J Pro di Surakarta baik secara parsial maupun secara simultan?

LANDASAN TEORI

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini merupakan perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan hand phone merek Samsung Galaxy J Pro di Surakarta. Adapun dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan siswa dapat ditentukan indikator dari kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

- a. Adanya perasaan puas terhadap rasa.
- b. Adanya perasaan puas terhadap pemenuhan kebutuhan pembelian.
- c. Adanya perasaan puas karena akses layanan yang ada.
- d. Adanya jaminan kepastian dalam pembelian produk
- e. Adanya perasaan tidak ingin berganti produk lain.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen terhadap produk hand phone Samsung Galaxy J Pro dalam rangka pemenuhan kebutuhan pengguna yang ada di Kota Surakarta. Indikator yang digunakan dalam penilaian terhadap kualitas produk diantaranya yaitu:

- a. Kualitas produk.
- b. Jaminan kecepatan akses produk.
- c. Kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
- d. Layanan servis dan garansi.
- e. Kesesuaian dengan harapan konsumen.

3. Harga

Harga dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen terhadap harga yang

produk hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada pada pengguna di Kota Surakarta.

Adapun dalam penelitian ini untuk mengetahui penilaian harga dapat ditentukan indikator yaitu sebagai berikut:

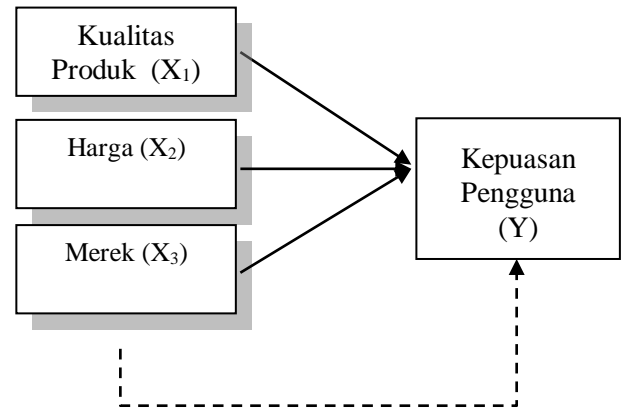
- a. Penilaian tentang terjangkau harga jual produk.
 - b. Penilaian terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk.
 - c. Penilaian terhadap murahnya harga jual produk.
 - d. Penilaian terhadap harga produk dengan produk kompetitor.
 - e. Penilaian terhadap harga jual produk yang sesuai dengan harapan konsumen.
4. Merek

Merek dalam penelitian ini adalah penilaian responden terhadap image yang ditimbulkan oleh pengguna hand phone merek Samsung Galaxy J Pro di Surakarta. Adapun dalam penelitian ini untuk mengetahui penilaian merek dapat ditentukan indikator yaitu sebagai berikut:

- a. Kemampuan merek dalam membentuk janji emosi yang konsisten
 - b. Kemampuan merek menembus setiap pagar budaya dan pasar.
 - c. Kemampuan merek dalam menciptakan komunikasi interaksi dengan konsumen.
 - d. Kemampuan merek dalam memudahkan proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.
- (Russel Lane, 2005: 3).

KERANGKA PEMIKIRAN

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



Gambar 1

Kerangka Pemikiran (Sarwono, 2007: 99)

Keterangan:

- ▶ : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- ▶ : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

HIPOTESIS

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: "Diduga kualitas produk, harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone merek Samsung Galaxy J Pro di Surakarta baik secara parsial maupun secara simultan".

METODOLOGI 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 menyebar kuisioner kepada responden yang diambil sebagai sampel, dalam penelitian ini terdapat 100 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer hasil jawaban kuesioner. 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 $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $p-value$ dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa:

a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna

Dari hasil perhitungan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,747 > 1,985$) dan $p-value$ 0,007 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta secara parsial, sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk hand phone Samsung Galaxy J Pro mempunyai pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas produk hand phone Samsung Galaxy J Pro saat ini dapat memenuhi harapan penggunanya. Karena diketahui bahwa kepuasan penggunaannya akan dapat

dicapai dengan keinginan, harapan dan kebutuhan pengguna dipenuhi. Suatu produk dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna

Dari hasil perhitungan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,074 > 1,985$) dan $p-value$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta secara parsial, sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menerangkan bahwa “Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa harga hand phone Samsung Galaxy J Pro saat ini dipasaran merupakan harga yang kompetitif. Sehingga hal ini dapat meningkatkan pemenuhan harapan konsumen untuk dapat menggunakan produk hand phone Samsung Galaxy J Pro yang lebih terjangkau. Harga yang terjangkau dari produk hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di pasaran dikarenakan adanya strategi pemasaran dengan memanfaatkan kerjasama dengan operator seluler tertentu dengan paket harga produk dengan akses jaringan CDMA dengan operator SMART menjadikan harga

produk hand phone Samsung Galaxy J Pro lebih terjangkau. Strategi ini ditujukan untuk menjagkau segmen pasar menengah ke bawah yang membutuhkan teknologi komunikasi yang canggih seperti sekarang ini.

c. Pengaruh merek terhadap kepuasan pengguna

Dari hasil perhitungan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,094 > 1,985$) dan $p-value$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta secara parsial, sehingga hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menerangkan bahwa “Diduga merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa merek hand phone Samsung Galaxy J Pro saat ini sudah cukup baik di benak konsumen. Terbukti bahwa sebagian besar masyarakat saat ini sudah menggunakan hand phone backberry. Selain itu itu hand phone Samsung Galaxy J Pro mampu menunjukkan posisinya sebagai salah satu produk smart phone yang canggih dengan keunggulan aplikasi Samsung Galaxy J Pro *massangers* (BBM) yang sangat digemari oleh penggunanya.

2. Dari hasil Uji F dapat dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($163,752 >$

$2,70$) dan $p-value$ sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak, berarti kualitas produk, harga dan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta. Dengan demikian hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas produk, harga dan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta” terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas produk, harga dan merek merupakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta.

3. Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,828. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan merek (X_3) mempunyai kontribusi terhadap kepuasan pengguna (Y) hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta sebesar 83,1% sedangkan sisanya sebesar 17,9% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya seperti kualitas pelayanan, harga produk kompetitor dan sebagainya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk, harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna hand phone Samsung Galaxy J Pro yang ada di Kota Surakarta baik secara parsial maupun simultan.

SARAN

Saran yang dapat direkomendasikan diantaranya adalah dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna perlu adalah peningkatan kualitas produk yang diharapkan selalu dapat memenuhi perkembangan kebutuhan konsumennya. Sehingga produk harus selalu dilakukan inovasi sesuai dengan tuntutan kebutuhan konsumen. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan segment yang berbeda perlu adanya strategi bersaing dengan melakukan *price bandling* melalui kerjasama dengan perusahaan produk pelengkap. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggannya dibutuhkan penguatan merek. Karena dengan merek yang semakin kuat pelanggan akan merasa lebih dihargai dengan menggunakan produk tersebut. Untuk itu perlu upaya senantiasa memberikan yang terbaik bagi pelanggannya baik pelayanan, maupun kualitas produk. Sehingga setiap janji produk kepada konsumen akan selalu terpenuhi. Bagi peneliti yang akan datang dapat melakukan penelitian yang terkait dengan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan dengan komposisi variabel bebas yang berbeda dan obyek yang lebih luas.

REFERENSI

Ammirullah, 2002, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Teknik Pendekatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
Arikunto, Suharsimi. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
Cravens, DW. 2002. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
Darmadi, Durianto. 2001. *Strategi*

Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Engel, James F. 2000. *Perilaku Konsumen*. Jilid III. Jakarta: Bina Rupaaksara.
Ferdinand, Agusty. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: BP Undip.
Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Multivariat Dengan Program SPSS. Ed 3*. BP Undip, Semarang.
Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Millenium*. Jakarta: Prenhallindo.
Kustadi, Suhandang. 2005. *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*, Bandung: Nuansa.
Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: LP3EM UI.
Mas'ud, Fuad. 2003. *Survai Organisasional: Konsep dan Aplikasi*. Semarang: BP Undip.
Purbayu Budi Santosa, 2005, *Analisis Statistik dengan MS Exel dan SPSS*. Yogyakarta, Andi Offset.
Singarimbun, Masri. 2001. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3S.
Sri Wahyudi, Agustinus. 2002. *Manajemen Strategik : Pengantar Proses Berpikir Strategik*, Jakarta : Binarupa Aksara.
Sugiarto. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
Sulaiman, Wahid. 2004. *SPSS 13*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Sulastomo, Bambang. 2004. *Metode*

Penelitian Praktis. Yogyakarta:
Kanisius

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku
Konsumen, Teori dan Penerapannya
dalam Pemasaran.* Jakarta: Ghalia
Indonesia.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan
Komunikasi Pemasaran.* Bandung:
Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen
Pemasaran.* Yogyakarta: STIE
YKPN,