

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA TOKO ONLINE BELLSHOP)

Biandri Muslim¹

Fakultas Ekonomi
STIE MAHARDHIKA
Jl. Wisata Menanggal No.42 A Surabaya

e-mail: biandri.muslim@stiemahardhika.ac.id

ABSTRAK

Peningkatan jumlah pemakai internet membuat orang tertarik untuk melakukan perdagangan secara online, dengan cara menggunakan aplikasi untuk mempromosikan produknya, sekaligus untuk melakukan transaksi. Adapun tujuan survey ini dilakukan adalah untuk mengetahui tingkatan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi kasus pada toko online Bellshop). Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sample responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden menggunakan metode non probability sampling. Alat uji sebagai pendukung adalah path analysis dengan software SPSS 16. Berdasarkan analisis hasil penelitian terdapat simpulan dari kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen.

Kata kunci : kualitas produk, harga, loyalitas, dan kepuasan

ABSTRACT

An increase in the the total number of users internet get people interested in trade online, how to use the application to promote its products, and to conduct transactions. As for the purpose of this survey is to find out the level of influence the product quality and price against the kepuasNess and loyalty consumers (case study on the online store Bellshop). This research was conducted using a quantitative approach. The sample of respondents in this study as many as 100 respondents using a non probability sampling methods. The test tool as support is the path analysis with SPSS software 16. Based on the analysis of the results of the research there is a summary of the quality of the product of significant effect against the satisfaction, the price berinfluence significantly to satisfaction, and quality ber productsinfluence significantly to consumer loyalty, price has no effect significant consumer loyalty, satisfaction against significant effect against the loyalty consumers, product quality and customer satisfaction significantly to influential loyalty of consumers, the price effect significantly to the satisfaction and loyalty of consumers.

Keywords : product quality, price, loyalty, and satisfaction

PENDAHULUAN

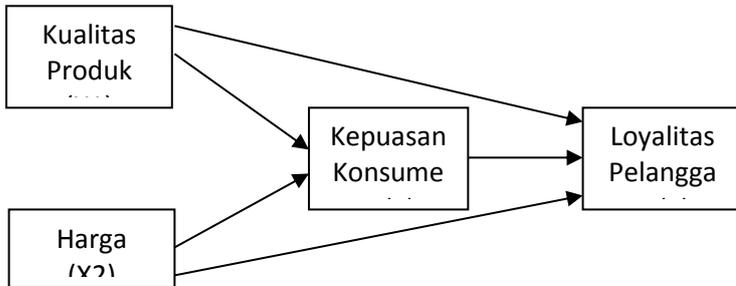
Semakin berkembangnya zaman yang sangat pesat dapat mendorong berbagai macam perubahan, baik langsung maupun tak langsung, antara

lain sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan bisnis perdagangan, penjualan dan pembelian produk yaitu

menggunakan electronic commerce (e-commerce) dalam rangka memasarkan dan membeli bermacam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital (Spica, 2011:154).

Online shopping atau belanja via online merupakan suatu tata cara jual beli yang dilakukan secara online dengan menggunakan media internet serta website sebagai media promosi. Disana terdapat penjual dan pembeli yang hanya bertemu di dunia maya dan barang yang ditawarkan hanya melalui gambar yang ada pada suatu situs atau website toko online.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Kerangka konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kolerasional. penelitian ini menggunakan populasi, orang yang melakukan transaksi di online Bellshop, dengan jumlah sangat banyak (tersebar dan sangat sulit diketahui dengan pasti), maka diperlukan teknik sampel

Dengan non probability sampling, yaitu teknik sampling yang memberi peluang / kesempatan tidak sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden. Dengan teknik pengambilan data menggunakan

observasi dan angket atau kuesioner online. Metode observasi (pengamatan langsung) adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung dilapangan. Kuisioner sebagai data primer dalam penelitian ini.

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden yang terlibat dalam penelitian dan layak untuk analisa lebih lanjut berjumlah 100 responden. Selanjutnya, peneliti menggunakan path analysis dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 16 for windows. Sebelum menguji hipotesa, dilakukan uji validitas dan reliabilitas data yang akan dianalisa

Uji Validitas dan Reliabilitas pada variabel kualitas produk

Tabel 1. Uji Validitas

Indikator	Corrected item-total correlation	
Kualitas produk 1	0.708	Valid
Kualitas produk 2	0.812	Valid
Kualitas produk 3	0.655	Valid
Harga 1	0.822	Valid
Harga 2	0.769	Valid
Harga 3	0.756	Valid
Kepuasan 1	0.867	Valid
Kepuasan 2	0.840	Valid
Kepuasan 3	0.780	Valid
Loyalitas 1	0.764	Valid
Loyalitas 2	0,801	Valid
Loyalitas 3	0,846	Valid

Tabel 2. Uji Reliabilitas

variabel	Cronchbath Alfa	
Kualitas produk	0.957	reliabel
harga	0.958	reliabel
kepuasan	0.957	reliabel
loyalitas	0.956	reliabel

Jika dilihat dari tabel diatas, dengan nilai corrected total-item correlation > 0.3 maka indikator tersebut dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan angka > 0,6 dan seluruhnya dinyatakan reliabel. Selanjutnya menggunakan analisis jalur dengan SPSS 16. Dengan hasil terlihat pada tabel dibawah ini.

Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3. Koefisien Determinasi Sub Struktur 1

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,919 ^a	,844	,841	1,11306	1,917

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK
 b. Dependent Variable: KEPUASAN

Tabel diatas menunjukkan nilai R² (R Square) sebesar 0.844. nilai R² ini digunakan dalam perhitungan nilai e1. Dengan rumus : $e_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0.844} = 0.395$

Tabel 4. Koefisien Analisis Jalur Sub Struktur 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.092	,373		-.246	,807
	KUALITAS PRODUK	,303	,087	,288	3,483	,001
	HARGA	,735	,092	,657	7,969	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan tabel dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

$$Z = 0.288X_1 + 0.657X_2 + 0.395$$

Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kepuasan pada loyalitas konsumen

Tabel 5.

Koefisien Determinasi Sub Struktur 2

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,932 ^a	,869	,865	,98691	2,104

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KUALITAS PRODUK, HARGA
 b. Dependent Variable: LOYALITAS

Tabel diatas menunjukkan nilai R² (R Square) sebesar 0.869. nilai R² ini digunakan dalam perhitungan nilai e1. Dengan rumus : $e_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0.869} = 0,362$

Tabel 6. Koefisien Jalur Sub Struktur 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,877	,331		2,654	,009
	KUALITAS PRODUK	,587	,082	,580	7,205	,000
	HARGA	,040	,105	,037	,383	,703
	KEPUASAN	,336	,090	,349	3,729	,000

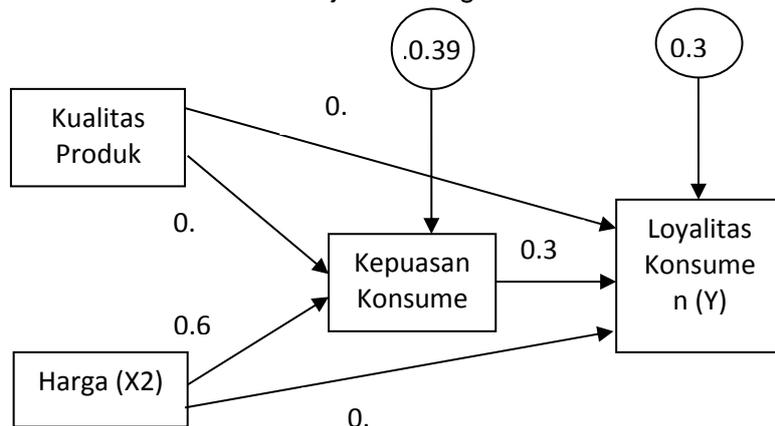
a. Dependent Variable: LOYALITAS

Berdasarkan tabel 1.8 diatas dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + e_2$$

$$Y = 0.580X_1 + 0.037X_2 + 0.349Z + 0.333$$

Berdasarkan persamaan 1 dan 2 didapat suatu model analisis jalur sebagai berikut



Gambar 2. Koefisien Jalur

Pada model analisis jalur, penelitian ini akan menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel exogenous terhadap variabel endogenous.

1. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

$$X_1Z \rightarrow pZX_1 = 0,288$$

Nilai koefisien jalur kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara langsung adalah sebesar 0,288 dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kualitas produk

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *online Bellshop*.

2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

$$X_2Z \rightarrow \rho ZX_2 = 0,657$$

Nilai koefisien jalur harga pada kepuasan konsumen secara langsung adalah sebesar 0,657 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *online Bellshop*.

3. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.

$$X_1Y \rightarrow \rho YX_1 = 0,580$$

Nilai koefisien jalur kualitas produk pada loyalitas konsumen secara langsung adalah sebesar 0,580 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di *online Bellshop*.

4. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.

$$X_2Y \rightarrow \rho YX_2 = 0,037$$

Nilai koefisien jalur harga terhadap loyalitas konsumen secara langsung adalah sebesar 0,037 dan nilai signifikan $0,703 > 0,05$. Hal ini berarti harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di *online Bellshop*.

5. Pengaruh Variabel Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen

$$ZY \rightarrow \rho YZ = 0,349$$

Nilai koefisien jalur kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara langsung adalah sebesar 0,349 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di *online Bellshop*.

6. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Konsumen.

$$X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (\rho ZX_1) \times (\rho YZ) = (0,288) \times (0,349) = 0,100512$$

Kemudian dilakukan Uji Sobel dengan tingkat kepercayaan α sebesar 5 % diperoleh nilai $3,878 > 1,96$ hasilnya signifikan. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen.

7. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Konsumen.

$$X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (\rho ZX_2) \times (\rho YZ) = (0,657) \times (0,349) = 0,229$$

Kemudian dilakukan Uji Sobel diperoleh nilai $3,38 > 1,96$ sehingga signifikan. Artinya harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas serta kepuasan konsumen.

SARAN

Toko online Bellshop telah menjual produk – produk yang disukai oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas ketika berbelanja dan menjadikannya sebagai pelanggan. Harga merupakan satu hal penting bagi sebagian konsumen karena dapat menarik untuk membeli produk, tetapi dalam penelitian ini harga secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Namun harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, ini menunjukkan bahwa harga produk yang dijual relatif sama dengan toko online lainnya. Apabila harga sudah relatif sama dengan toko online lainnya, maka konsumen akan tertuju kepada faktor kualitas produk itu sendiri apakah mampu memenuhi tingkat kepuasannya atau tidak. Dengan kualitas yang lebih baik maka membuat konsumen merasa puas dan menjadi pelanggan toko online Bellshop. Dengan demikian disarankan toko online Bellshop terus meningkatkan

kualitas produknya tetapi jangan sampai produk tersebut harganya menjadi lebih mahal bila dibandingkan dengan toko online lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Hamdani dan Rambut Lupiyoadi, 2016, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba. Empat, Jakarta
- Griffin.2013. Perilaku Organisasi Manajemen. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. Marketing Management 16 edition. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Spica, Lusiana Almilialia, Lidia Robahi, 2011, Penerapan E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan, Stie Perbanas Surabaya
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta,. ANDI. Turban, E. 2012. Electronic Commerce 2012. Pearson 7th-Global Edition.