

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN MENGENAI KUALITAS PRODUK SEPATU LARI ADIDAS (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SEPATU LARI ADIDAS DI KOTA BANDUNG)

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF QUALITY PRODUCTS RUNNING SHOES ADIDAS (CASE STUDY ON RUNNING SHOES ADIDAS USERS IN BANDUNG)

M. Hafidy Putra ⁽¹⁾Abdulloh⁽²⁾

Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾mhafidyputra@gmail.com, ²⁾ abdullah@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Olahraga lari termasuk dalam jenis *high impact* atau latihan fisik yang cukup berat dan berdampak cukup hebat pada persendian kaki, lutut, dan sebagainya. Karenanya, perlu kecermatan dan perhatian saat melakukan olahraga ini. Termasuk dalam hal yang sering terabaikan, yakni pemilihan sepatu (Felicia, 2015). Pada penelitian ini akan dibahas mengenai analisis kepuasan konsumen mengenai kualitas produk sepatu lari Adidas. Pemilihan objek penelitian disini didasarkan pada rating sepatu lari terbaik pada TOP BRAND 2014 dan 2015.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis *importance-performance analysis*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 384 responden yang merupakan pengguna sepatu lari Adidas di kota Bandung. Tahapan pada penelitian ini adalah yang pertama studi pendahuluan, kemudian identifikasi masalah, setelah itu penentuan tujuan penelitian kemudian penentuan variabel setelah itu pengumpulan data dan penyebaran kuisioner lalu pengolahan data dan analisis data dan terakhir kesimpulan dan saran.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah Berdasarkan hasil pengukuran indeks kepuasan, untuk semua dimensi kualitas produk, rata-rata tergolong tidak puas, namun yang hampir mencapai titik kepuasan berada pada dimensi Estetika pada pernyataan sepatu lari Adidas memberikan rasa percaya diri bagi penggunaanya, dan kepuasan terendah berada pada dimensi Estetika juga dengan pernyataan penelitian desain sepatu lari Adidas sesuai dengan standar sepatu lari.

KATA KUNCI: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Pemasaran

ABSTRACT

Running sport is include on high impact or physical training that heavy enough and Pretty big impact on leg joint, knees, etc. therefore, accuracy and concern needed while doing this exercise. Belong in the case that is often ignored, is the selection of shoes (Felicia, 2015). In this study will be discussed on the analysis of customer satisfaction regarding product quality Adidas running shoes . Selection of the research object here is based on the best running shoes rating on TOP BRAND 2014 and 2015.

This study uses quantitative methods with descriptive research by using non - probability sampling with purposive sampling and analysis technique importance-performance analysis . Samples are taken of 384 respondents who are users of running shoes Adidas in the city of Bandung . Stages in this study is the first preliminary study , then the identification of the problem , after the determination of Objective study and then determine the variable after the data collection and distribution of questionnaires and data processing and data analysis and final conclusions and suggestions.

The conclusion of this research is based on the measurement results satisfaction index , for all dimensions of quality of products , the average pertained not satisfied , but almost to the point of satisfaction is the dimension of Aesthetics in the statement running shoes Adidas to give confidence to the users, and the lowest satisfaction was on the dimensions of Aesthetics is also the statement of the research design running shoes Adidas accordance with the standards of running shoes.

KEYWORDS : Consumer Satisfaction , Quality Products , Marketing

1. PENDAHULUAN

Lari merupakan olah raga yang murah meriah dan mudah dan menjadi monopoli para olahragawan profesional. Fenomena yang muncul saat ini lari tak lagi menjadi semata-mata olah raga, tetapi sudah gaya hidup. Salah satu sisi positif dari olah raga kaki ini adalah mampu meracuni banyak orang untuk berolah raga. Selain ingin sehat, ternyata ada berbagai alasan mengapa mereka ingin berlari, tentu saja tak hanya gaya hidup, tetapi eksistensi diri. (Kompasiana, 2015)

Banyak merk sepatu lari menciptakan dan menjual lebih dari satu jenis sepatu. Hal ini bertujuan untuk memberikan tiap pelari dengan tipe kaki dan langkah yang berbeda sepasang sepatu yang tepat dan nyaman untuk dikenakan (Redaksi, 2015). Beberapa sepatu lari terbaik dapat dilihat dari hasil *survey* Top Brand, Top Brand sendiri memiliki tiga parameter yakni *top of mind share*, *top of market share* dan *top of commitment share*, data TOP BRAND sepatu lari tahun 2014 dan 2015 dapat dilihat pada **Tabel 1.1** dan **Tabel 1.2** berikut:

Tabel 1.1 Top Brand Tahun 2014			Tabel 1.2 Top Brand Tahun 2015		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Nike	30.3%	TOP	Adidas	22,1%	TOP
Adidas	23.3%	TOP	Nike	12,0%	TOP
Reebok	6.3%		Eagle	6,3%	
Bata	4.3%		Bata	4,8%	
Eagle	3.7%		Reebok	4,1%	
Ardiles	3.7%		Fila	3,7%	
			Ardiles	2,6%	

Sumber : Top Brand, 2015

Sumber : Top Brand, 2014

Dari **Tabel 1.1 dan Tabel 1.2** diatas dapat dilihat bahwa sepatu lari Adidas menempati urutan pertama untuk kategori sepatu lari, namun pada tahun 2015 sepatu lari Adidas mengalami penurunan peringkat.

Harapan konsumen akan kualitas produk sepatu lari Adidas berbeda beda, hal ini dapat dilihat dari hasil studi pendahuluan dalam penelitian ini yang didapatkan dari pengguna sepatu lari Adidas di kota Bandung. Berdasarkan dari tiap butir pertanyaan pada penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai dimensi-dimensi yang ada pada kualitas produk yaitu dimensi mana yang perlu ditingkatkan dan yang dipertahankan, agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk sepatu lari Adidas.

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang penelitian, didapat pertanyaan penelitian yang mendasari dibuatnya penelitian ini, berikut adalah pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan berdasarkan latar belakang penelitian ini:

1. Bagaimana harapan konsumen akan kualitas produk sepatu lari Addidas ?
2. Bagaimana kinerja kualitas produk sepatu lari Addidas ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas kualitas produk sepatu lari Addidas ?

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN METEDOLOGI

2.1 TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Daryanto (2012:136) kualitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk baik barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga dengan demikian perusahaan yang bergerak di sector barang menghasilkan produk nyata yang berwujud sedangkan di sector jasa menghasilkan produk yang merupakan pelayanan.

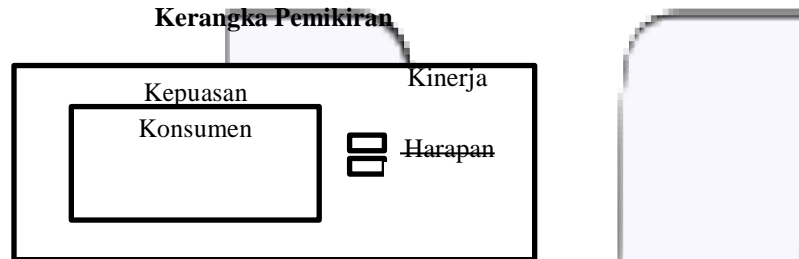
Menurut Sangadji, Sopiah (2013:188) kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasi. Tujuh dimensi dasar dari kualitas adalah kinerja, interaksi pegawai, reliabilitas, daya tahan, ketepatan waktu dan kenyamanan, estetika, kesadaran akan merek.

Menurut Zeithaml dan bitner dalam Sangadji dan Sopiah (2013:180), kepuasan konsumen merupakan “customer’s evaluation of a product or service in term of wheteher that product or service has met their needs and expectation.”Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Menurut Kotler, et al. dalam Tjjiptono dan Chandra (2011:314) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu Sistem Keluhan dan Saran, *Ghost Shopping (Mystery Shooping)*, *Lost Customer Analysis*, dan Survei Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode survei kepuasan pelanggan dengan teknik *derived satisfaction* dan *importance- performance analysis*.

Berdasarkan penjelasan diatas, secara umum kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



2.2 METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teknik analisis *importance-performance analysis*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 384 responden yang merupakan pengguna sepatu loari Adidas di kota Bandung.

Menurut Siregar (2013:7) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau penghubungan dengan variabel yang lain. *Purposive sampling* yaitu teknik yang dilakukan apabila populasi terlalu banyak dan tidak diketahui, serta adanya beberapa pertimbangan (Taniredja *et al*, 2011:37). Adapun pertimbangan – pertimbangan tersebut adalah:

1. Responden adalah penduduk yang berada di kota Bandung
2. Responden adalah pengguna sepatu lari Adidas

Penelitian ini menggunakan indeks kepuasan dan *Importance-Performance Analysis*. Indeks kepuasan digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Lalu, *Importance-Performance Analysis* digunakan untuk pemetaan setiap indikator dalam masing-masing dimensi. *Importance-performance analysis* dapat menunjukkan posisi setiap indikator dalam empat kuadran yang memiliki karakteristik masing-masing

3. PEMBAHASAN

Menurut data responden dari 384 responden yang diteliti, pengguna terbanyak berdasarkan “Jenis Kelamin” adalah Laki-laki sebanyak 59,9%, berdasarkan “Pekerjaan” yang terbanyak adalah Mahasiswa sebesar 52,8%, berdasarkan “Penghasilan” yang terbanyak adalah poengguna yang berpenghasilan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000, berdasarkan “Lama penggunaan” yang terbanyak adalah 6-12 bulan dengan persentase 31,8% dan terakhir data responden berdasarkan “Dimanakah anda biasa membeli produk sepatu lari Adidas” yang terbanyak adalah di *store* Adidas yaitu sebanyak 83%

Setelah melakukan analisis garis kontinum, hasil perhitungan untuk harapan konsumen mengenai kualitas produk, dapat dilihat pada **Tabel 3.1** berikut:

Tabel 3.1
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harapan Konsumen

No	Dimensi	Skor Total
1	Kinerja	4034
2	Reliabilitas	4197
3	Daya tahan	2736
4	Ketetapan waktu	2781
5	Estetika	4036
Jumlah Skor		17784
Presentase		89,06%

Tabel 3.1 di atas menggambarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai Harapan. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada **Tabel 3.2** di atas, dapat dilihat nilai persentase dari masing-masing dimensi. Setelah diolah dengan analisis garis kontinum, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 13 pertanyaan adalah 19968. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 17784 atau 89,06% dari skor ideal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat harapan responden akan kualitas produk sepatu lari Adidas berada pada kategori sangat baik.

Setelah melakukan perhitungan pada Indeks Kepuasan, didapatkan Indeks Kepuasan terendah terletak pada atribut Estetika yang berkaitan dengan penampilan fisik barang atau toko, yaitu sebesar 0,75. Namun Indeks Kepuasan tertinggi pun terletak pada atribut Estetika yang berkaitan yaitu sebesar 0,89.

Untuk mengetahui nilai kinerja, akan dilakukan pengurutan prioritas atribut yang harus diperbaiki berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pengolahan dengan menggunakan IPA membutuhkan nilai harapan untuk setiap atribut. Berikut adalah hasil dari pemetan yang telah dilakukan:

1. Kuadran I, Atribut-atribut yang memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi yaitu berkaitan dengan Ketersediaan produk sepatu lari terbaru di Store Adidas, kekuatan sepatu lari Adidas di segala medan jalan., kecepatan penyediaan produk sepatu lari terbaru di setiap store Adidas, dan kesesuaian desain sepatu lari adidas dengan standar sepatu lari.
2. Kuadran II, Atribut-atribut yang harus tetap dipertahankan, adalah kegunaan sepatu lari untuk berlari, Iklan produk yang disajikan memberikan daya tarik, Konsistensi dalam memberikan kualitas produk yang terbaik, Adanya sale tiap periode waktu tertentu untuk menarik minat beli konsumen, Sepatu lari Adidas awet digunakan dalam periode waktu yang lama, dan Informasi tentang spesifikasi sepatu lari Adidas mudah dicari oleh konsumen.
3. Kuadran III, Atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan karena berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan. yaitu Ada sticker logo

Adidas disetiap pembelian sepatu lari dan .Desain dari sepatu lari Adidas memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen.

4. Kuadran IV, Atribut-atribut yang tidak terlalu penting di mata pelanggan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. yaitu berkaitan dengan Sepatu lari Adidas memberikan rasa percaya diri bagi penggunanya

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis, didapat kesimpulan dan diharapkan memberikan jawaban dari tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Diperoleh kesimpulan dari analisis data yang dilakukan bahwa harapan konsumen tiap tiap dimensi dari kualitas produk (Kinerja, Realibilitas, daya tahan, ketetapan waktu, dan estetika) sudah sangat baik

Kinerja kualitas produk dari sepatu lari Adidas masuk dalam kategori baik, hal ini telah dilakukan pengujian oleh penulis pada Bab IV perhitungan dalam Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Perusahaan, yang menunjukkan nilai yang diperoleh 14366 atau 71,95% dari skor ideal yaitu 19968.

Berdasarkan hasil pengukuran indeks kepuasan, untuk semua dimensi kualitas produk, rata-rata tergolong tidak puas, namun yang hampir mencapai titik kepuasan berada pada dimensi Estetika pada pernyataan “sepatu lari Adidas memberikan rasa percaya diri bagi penggunanya”, dan kepuasan terendah berada pada dimensi Estetika juga dengan pernyataan penelitian “desain sepatu lari Adidas sesuai dengan standar sepatu lari”.

4.2 Saran

Berdasarkan tiap-tiap butir pernyataan yang telah dipaparkan oleh penulis, perusahaan diharapkan bisa meningkatkan, mempertahankan dan mengurangi kinerja dari perusahaanya yang didasarkan tiap-tiap dimensi dari kualitas produk yang telah dikelompokkan dalam diagram kartesius yang menggunakan metode *Importance Performance Anaysis*. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

AFTAR PUSTAKA

- [1] Felicia, (2015). Penting Diketahui Saat Memilih Sepatu untuk Lari. Didapat dari: <http://www.beritasatu.com/gaya-hidup/307982-penting-diketahui-saat-memilih-sepatu-untuk-lari.html> [20 September 2015]
- [2]Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2012). *Marketing Management (Edisi 14)*. England: Pearson
- [3]Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2013). *Marketing Management (Edisi 14)*. England:Pearson
- [4]Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (terjemahan
- [5]Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli AK), Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.
- [6]Markmesser Lukas Rumbiak Saba. 2015. *Pengaruh Brand Association Terhadap Consumer Respon Produk Sepatu Olahraga Adidas di Surabaya*. Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.4 No.2, 8-11
- [7]Marty Oesman, (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta
- [8]Melfa Yola, Duwi Budianto (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)*. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vol.12 No.12, 301-209