

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONVEKSI NEGRI VENDOR BANDUNG

### *THE THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE VENDOR OF BANDUNG STATE CONVECTION*

Aden Ming<sup>1</sup>, Kristina Sisilia<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

Adenming@Student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, Kristina@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

#### Abstrak

Salah satu bidang bisnis yang selalu memiliki tingkat persaingan sangat tinggi adalah usaha di bidang konveksi. Perkembangan teknologi yang membuat segala proses produksi konveksi menjadi lebih mudah. Mengakibatkan persaingan dalam usaha konveksi menjadi sangat tinggi seiring dengan perkembangan industri tersebut di seluruh Indonesia. Jawa Barat merupakan provinsi dengan pemegang jumlah perusahaan konveksi terbanyak kedua seIndonesia setelah provinsi Jawa Tengah. perkembangan tersebut juga disebabkan oleh beberapa factor lain yaitu seperti meningkatnya peluang bisnis dari perusahaan konveksi. Fakta bahwa peluang bisnis pada perusahaan konveksi tidak pernah mati memang tidak dapat dipungkir. Hal ini terjadi karena pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu kebutuhan sandang, pangan, dan papan yang jumlah pemesanannya minimal dalam jumlah puluhan bahkan ratusan pakaian.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi negrin vendor bandung. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis regresi sederhana. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling, dengan jumlah responden pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan pada konveksi negrin vendor bandung dengan jumlah responden sebanyak 96 orang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi negrin vendor bandung. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square berpengaruh sebesar 80,2% sedangkan sisanya 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti seperti loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan**

#### Abstract

*One of the business fields that always has a very high level of competition is the business in the field of convection. Technological developments that make all convection production processes easier. Resulted in very high competition in the convection business along with the development of the industry throughout Indonesia. The province of West Java is the holder of the second largest number of convection companies in Indonesia after Central Java province. This development was also caused by several other factors such as business opportunities from the company. The fact that business opportunities at convection companies never die can not be denied. This happens because clothing is one of the basic human needs, namely the need for clothing, food, and shelter, with a minimum number of orders in the tens or even hundreds of clothes.*

*This study aims to examine the effect of product quality on customer satisfaction at the Negrin vendor Bandung convection. This research method is a quantitative method and simple regression analysis. Sampling was carried out by non-probability sampling method, with the number of respondents in this study were customer satisfaction at the Negrin vendor Bandung convection with the number of respondents as many as 96 people.*

*Based on the results of hypothesis testing, product quality has a significant effect on consumer satisfaction at the Negrin Bandung vendor convection. The coefficient of determination test results show that the value of R Square has an effect of 80.2% while the remaining 19.8% is influenced by other variables not examined in this study, such as customer loyalty.*

**Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction**

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya dunia bisnis di segala bidang. Kondisi yang terjadi sebagai efek samping dari fenomena tersebut adalah tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang dihadapi perusahaan dapat dikatakan sangat tinggi. Persaingan tersebut memunculkan pasar yang kompetitif sehingga perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkup bisnisnya. Salah satu bidang bisnis yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi adalah usaha di bidang

konveksi. Hal tersebut yang mengakibatkan persaingan dalam usaha konveksi menjadi sangat tinggi seiring dengan perkembangan industri tersebut di seluruh Indonesia

Tabel 1.1 Perusahaan Konveksi Se-Indonesia

PROVINSI	JUMLAH KONVEKSI
Banten	34
Jakarta	125
Jawa Barat	198
Jawa Tengah	223
Jawa Timur	89

Sumber : (<https://kemenperin.go.id/direktori-perusahaan>)

Dapat dilihat dari table 1.2, Jawa Barat merupakan provinsi dengan pemegang jumlah perusahaan konveksi terbanyak kedua seIndonesia setelah provinsi Jawa Tengah. Pada penjelasan sebelumnya, perkembangan yang telah terjadi merupakan salah satu dampak dari berkembangnya teknologi terutama dalam bidang tekstil. Perkembangan tersebut memberikan efek meningkatnya jumlah perusahaan konveksi di Jawa Barat. Selain itu, perkembangan tersebut juga disebabkan oleh beberapa factor lain yaitu seperti meningkatnya peluang bisnis dari perusahaan konveksi.

Hal ini terjadi karena pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu kebutuhan sandang, pangan, dan papan yang jumlah pemesanannya minimal dalam jumlah puluhan bahkan ratusan pakaian. Omset yang diperoleh oleh pemilik usaha pun tidak sedikit juga ditopang oleh prodit yang optimal. Hal tersebut membuat banyak perusahaan yang membangun konveksi karena menjadi salah satu peluang usaha yang tidak pernah mati seiring dengan pertumbuhan populasi manusia.

Konveksi Negrin Vendor Bandung merupakan salah satu perusahaan konveksi yang dikenal dikawasan / wilayah komplek bumi asri, padasuka, Jawa barat. Sebagai perusahaan yang baru berdiri Negrin Vendor harus mempertimbangkan bagaimana cara menarik konsumen baru agar memproduksi di workshopnya. Salah satu focus yang sangat penting bagi konveksi negrin vendor dalam meningkatkan kualitas produk sehingga dapat bersaing yang ketat dengan konveksi lainnya adalah dengan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Selain dipengaruhi factor lain kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen pembelian suatu produk.

Berdasarkan hasil pra-survey kepada pelanggan yang sudah memesan produk konveksi negrin vendor sebagian konsumen merasakan beberapa keluhan mengenai kualitas produk dari konveksi negrin vendor bandung. Keluhan tersebut berupa bahan yang dipakai tidak sesuai ketetapan awal sebelum produksi, selanjutnya mengeluh mengenai kerapihan jahitan, kurangnya inovatif dan ukuran desain produk tidak sesuai dengan ketetapan awal. Ketidakpuasan oleh produk konveksi belum membuahkan hasil yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di konveksi negrin vendor bandung. Maka itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan konveksi negrin vendor bandung.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Bagaimana kualitas produk konveksi negrin vendor bandung?
2. Bagaimana Kepuasan konveksi negrin vendor bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan konveksi negrin vendor bandung?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kualitas produk konveksi negrin vendor bandung?
2. Mengetahui Kepuasan konveksi negrin vendor bandung?
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan konveksi negrin vendor bandung?

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Kualitas Produk

Menurut Kotler & Keller (2016:145) mendefinisikan “Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam meperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan ketahanan, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”

Menurut Zeithaml & Bitner dalam La Ode Alamana, et al (2018:30), Kualitas produk yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Menurut Kotler (2016:361), kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi, yaitu:

1. Bentuk (Form)
2. Ciri-ciri produk (Features)
3. Kinerja (Performance)
4. Ketepatan / kesesuaian (Conformance)
5. Ketahanan (Durability)
6. Keandalan (Reliability)
7. Kemudahan perbaikan (Repairability)
8. Gaya (Style)
9. Desain (Design)

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

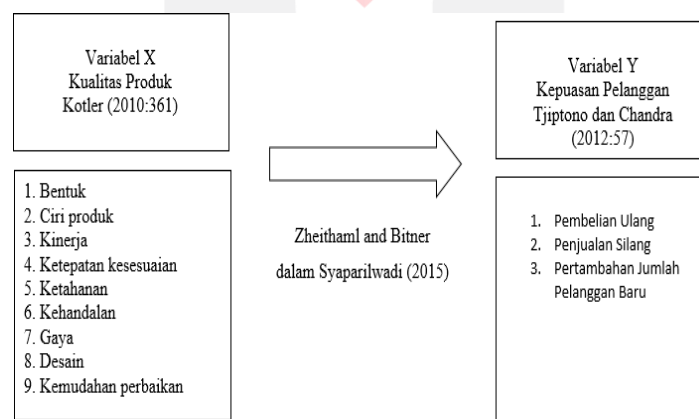
Menurut Kandampully dan Suhartanto dalam La Ode Alman, et al (2018:18), Kepuasan pelanggan yaitu adalah sebagai respon dari pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya dan kinerja actual dari produk sebagaimana dirasakan oleh konsumen.

Menurut tjiptono (2015:25), kepuasan pelanggan yaitu rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk, sedangkan menurut kotler & keller (2018:179), kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

Menurut Tjiptono & Candra (2012:57), secara garis besar, kepuasan pelanggan memiliki 3 dimensi yaitu:

1. Pembelian ulang.
2. Penjualan silang.
3. Pertambahan jumlah.

## 2.3 Kerangka berfikir



**Gambar 1 kerangka pemikiran**

Sumber: olahan data peneliti (2020)

## 3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yaitu Kualitas Produk variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis atau dugaan adanya Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi Negrin Vendor Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian bersifat analisis deskriptif. Skala yang digunakan yaitu skala *Likert*. Pengambilan sampling menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jumlah responden penelitian ini yaitu 96 orang.

### 4.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk melihat gambaran persepsi 96 Responden terhadap Variabel Independen yaitu Mata Kuliah kewirausahaan dan Variabel Dependen yaitu Minat berwirausaha. Berdasarkan hasil tanggapan responden bahwa variabel Kualitas Produk termasuk dalam kategori “Tinggi” dengan persentase skor diperoleh sebesar 78,07% dan variabel Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori “Tinggi” dengan persentase skor diperoleh sebesar 79,10%.

### 4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas Kualitas Produk (X) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan yang dilakukan pada 96 responden mahasiswa Fakultas Teknik Elektro Angkatan 2016. Hasil dari uji analisis regresi linear sederhana ini ditampilkan pada output SPSS 22, yaitu:

### 4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan yang dilakukan pada 96 responden konveksi negrin vendor bandung. Hasil dari uji analisis regresi linear sederhana ini ditampilkan pada output SPSS 22, yaitu:

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients
	Beta			
1	(Constant)	.015	.190	
	Kualitas Produk	1.016	.052	.895

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan konstanta (a) = 0,15 artinya jika kualitas produk lainnya adalah 0, maka kepuasan pelanggan nilainya 0,015. Sedangkan nilai koefisien regresi variable kualitas produk bernilai positif sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,016.

### 4.4 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variable Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X). Dapat dilihat pada perhitungan *R Square* dari hasil perhitungan menggunakan bantuan *software* SPSS 22

**Tabel 3 Koefisien Determinasi**

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.802	.800	.37402

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *R Square* = 0,895 berarti hubungan antara variabel bebas Kualitas Produk (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 80,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Kualitas Pelanggan adalah sebesar 80,2% sedangkan sisanya 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti loyalitas pelanggan.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konveksi Negrin Vendor Bandung yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan yang Peneliti harapkan mampu memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam Penelitian ini. Berikut merupakan kesimpulannya:

### A. Gambaran Kualitas Produk

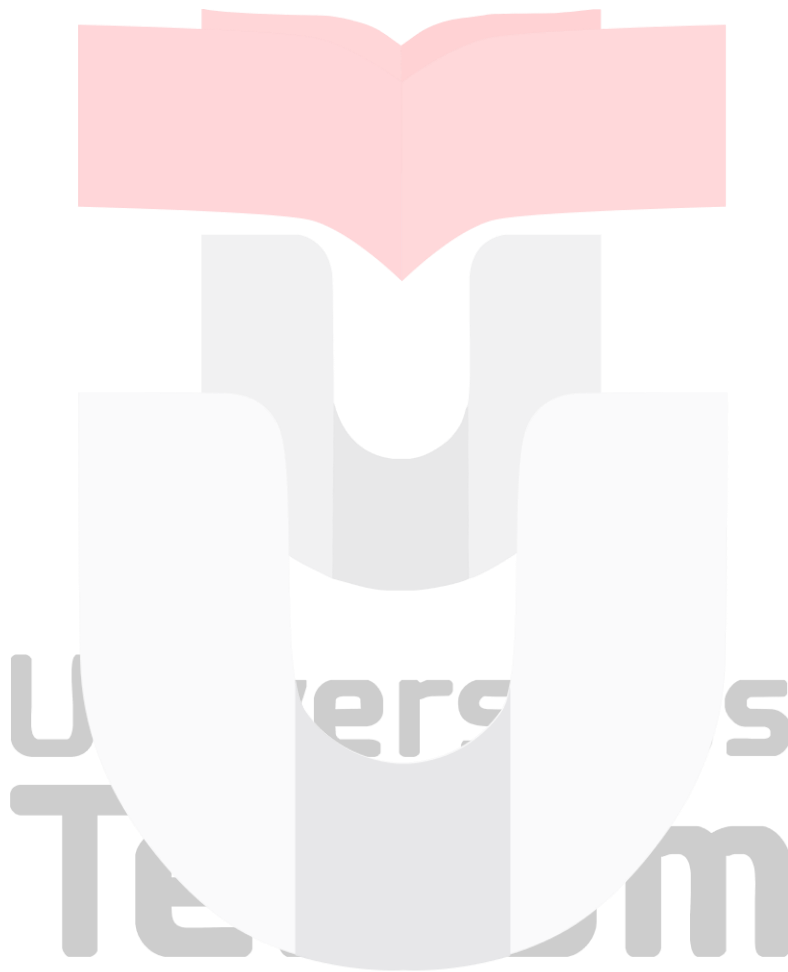
Merujuk kepada hasil Analisis Deskriptif, variabel Kualitas Produk (X), berdasarkan tanggapan Responden, secara keseluruhan termasuk ke dalam kategori Tinggi. Tetapi di antara keempat belas pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk, walaupun masih dalam kategori Tinggi, pernyataan yang mendapat skor terendah adalah "Produk Negrin Vendor memiliki karakteristik tertentu sehingga menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk"

**B. Gambar Kepuasan Pelanggan**

Merujuk kepada hasil Analisis Deskriptif, variabel Kepuasan Pelanggan (Y), berdasarkan tanggapan Responden, secara keseluruhan termasuk ke dalam kategori Tinggi. Tetapi di antara ketiga pernyataan mengenai variabel Kepuasan Pelanggan, walaupun masih dalam kategori Tinggi, pernyataan yang mendapat skor terendah terendah adalah "*Konsumen merasa puas terhadap produk Negrin Vendor Bandung melakukan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali*"

**C. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Merujuk kepada hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t), variabel Kualitas Produk (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).



**REFERENSI**

- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia (2020), *Direktori Perusahaan Industri*. Retrieved June 15, 2020, from <https://kemenperin.go.id/direktori-perusahaan>
- Khuriyati, Thina (2013), *Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara*. Semarang: Skripsi Universitas Negeri Semarang
- Alma, Buchari (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob S : Erlangga.
- Ashar, PH (2016), *Gambaran Persepsi Faktor Risiko Jatuh Pada Lansia Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Mulia 4 Margaguna Jakarta Selatan UIN Syarif Hidayatullah*.
- Sukirno, Sadono (2010), *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan (2001), *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Thobroni, Muhammad dan Mustofa, Arif(2013), *Belajar dan Pembelajaran*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler (2013), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6<sup>th</sup>ed. Mc.Graw-Hill. Boston.
- Fandy Tjiptono (2015), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi. Yogyakarta Lupiyoadi, & Hamdani (2008), *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Ashar, Syahputra (2016), *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Konveksi Inglorious Industries Bandung*.
- Afrizal, Pasaribu (2019), *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi Kibo Industries Bandung*.
- Linda, Sari (2016), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwokerto*.