

Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Helm Merek KYT

Luthfiansyah Razany¹, Imanuddin Hasbi²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
luthfiansyah@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
imanhasbi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan berdasarkan masalah *brand* helm KYT yang mengalami banyak keluhan dengan konsumennya dari segi kualitas sehingga mempengaruhi citra merek dengan konsumennya dimana *brand* helm KYT mempunyai rasa yang kurang puas terhadap produk helm KYT. Namun *brand* helm KYT yang sudah terkenal di seluruh kalangan konsumen sehingga dibutuhkan adanya strategi untuk Kembali meningkatkan kepuasan terhadap konsumennya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada produk helm KYT. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengguna helm KYT. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan metode survei penyebaran kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari responden yang telah mengisi kuesioner dengan jumlah 100 orang, dengan menggunakan metode *nonprobability* sampling jenis *purpose sampling*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial seluruh variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen terhadap pengguna helm KYT. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian uji *f* (simultan) ditemukan *f* hitung > *f* tabel ($19,425 > 3,09$). Yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna produk helm KYT.

Kata Kunci-kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen, KYT

Abstract

*The rapid development of technology and information makes people able to access everything without the limitations This research was conducted based on the problem of the KYT helmet brand which experienced many complaints with its consumers in terms of quality so that it affected the brand image with its consumers where the KYT helmet brand has a feeling of dissatisfaction with KYT helmet products. However, the KYT helmet brand is well known throughout the consumer circles so a strategy is needed to increase satisfaction with its consumers. The purpose of this study is to determine the influence of product quality and brand image on consumer satisfaction in KYT helmet products. The population used in this study was KYT helmet users. This research was conducted using quantitative methods with a descriptive type of research. The data analysis technique used is multiple linear analysis using the questionnaire dissemination survey method. The data used in this study were primary data from respondents who had filled out a questionnaire with a total of 100 people, using the nonprobability sampling method of purpose sampling. Based on the results of partial hypothesis testing, all independent variables have a significant effect on the dependent variable of consumer satisfaction with KYT helmet users. Meanwhile, based on the results of the *f* test study (simultaneously) it was found that *f* count > *f**

table (19.425 > 3.09). Which shows that product quality and brand image have a simultaneous significant influence on consumer satisfaction in users of KYT helmet products

Keywords-product quality, brand image, customer satisfaction, KYT

I. PENDAHULUAN

Saat ini, penggunaan kendaraan roda dua semakin bertumbuh secara pesat, terutama penggunaan sepeda motor, seiring berjalannya waktu, sepeda motor sudah menjadi kendaraan yang efisien dan cepat untuk melakukan aktifitas di luar rumah, untuk pergi ke suatu tempat, pergi bekerja, kuliah, sebagai kendaraan antar jemput yang praktis, dan kegiatan lainnya. Seiring berjalannya waktu, para produsen helm menawarkan banyak pilihan model, motif dan warna, hingga berbagai macam bentuk, sehingga helm dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu separuh kepala (*half face*), tiga perempat (*open face / modular*), Helm *Off-road*, dan penuh (*full face*). Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman ketika digunakan. Biasanya helm semacam ini lulus persyaratan DOT (Department Of Transportation) atau standar eropa seperti ECE 22.0 atau SNELL, bahkan Indonesia sendiri SNI (Standar Nasional Indonesia). Oleh karena itu, helm yang aman mestinya berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan meskipun hampir tidak ada helm yang benar-benar nyaman, Helm yang aman adalah helm yang terbuat dari lapisan cangkang luar yang membungkus seluruh kepala dan menyisakan cukup ruang untuk melihat kedepan tebal dan anti benturan. Jenis helm standard dibagi menjadi dua, yaitu helm half face dan helm full face. Berat helm half face berkisar 1- 1,3 kg dan helm full face berkisar 1,3 – 1,7 kg. Helm yang aman mestinya berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan meskipun hampir-hampir tidak ada helm yang benar-benar nyaman. Helm haruslah cukup ringan dan memungkinkan melihat dengan jelas, baik kala siang dan malam ataupun teruk hujan. Hindari penggunaan jenis kaca mika yang kurang bening yang mengurangi jarak pandang, terutama saat malam. Kaca yang sudah penuh dengan goresan, sebaiknya diganti. Pilihlah yang berkualitas oleh kebenaran dan tidak berefek cembung atau cekung. Persaingan didunia bisnis sudah sangat kompetitif.

PT. Tarakusuma Indah merupakan perusahaan yang awalnya berdiri sebagai penyedia spare-part motor, lalu melebarkan sayap produk menjadi produsen helm yang sangat besar. Saat ini, Tarakusuma telah memproduksi sebanyak tujuh merek helm, yakni MDS, KYT, INK, BMC, dan HIU, serta Tsunami. Banyak faktor yang menyebabkan konsumen memilih helm merek KYT sebagai pilihannya antara lain atribut-atribut yang terdapat pada helm merek KYT yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek. Perusahaan terus berusaha memberikan produk yang berkualitas agar memuaskan kebutuhan berkendara. Akan tetapi, adapun masalah yang dihadapi dari strategi tersebut. Tidak sedikit konsumen yang mengeluhkan soal kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan. Baik dari segi batok, bagian part helm, busa yang digunakan maupun kenyamanan pada produk. Walaupun brand helm KYT menjadi brand yang paling diminati, brand KYT masih memiliki beberapa kendala dari segi kualitas produk sehingga mempengaruhi *brand image* secara emosional yang dimiliki oleh *brand* KYT.

Terdapat keluhan dari konsumen untuk kualitas dan segi harga terhadap citra merk dari helm KYT. Konsumen mengeluhkan bahwa harga helm KYT sekarang cenderung lebih mahal dibandingkan sebelumnya, helm sekelas KYT masih mempunyai kualitas yang kurang bagus untuk beberapa tipe helmnya, hal tersebut menandakan bahwa citra merk KYT masih kurang baik dimata konsumen maka dari itu peneliti memilih judul yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Helm KYT”**.

II. HIPOTESIS

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian, berikut adalah hipotesis penelitian ini:^[1]_{SEP}

H1 : Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H2 : Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H3 : Kualitas Produk dan Citra Merek secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan metode survei penyebaran kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari responden yang telah mengisi kuesioner dengan jumlah 100 orang, dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* jenis *purpose sampling*. Pengolahan data menggunakan aplikasi IBM SPSS 26.

A. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2019:3) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid..

Tabel 1: Nilai Loading Factor

		Correlations										
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11
X01	Pearson Correlation	1	.431 [*]	.264	.235	.043	.372 [*]	.427 [*]	.168	.377 [*]	.307	.456 [*]
	Sig. (2-tailed)		.017	.158	.210	.820	.043	.018	.374	.040	.098	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.431 [*]	1	.147	.131	.377 [*]	.482 ^{**}	.305	-.084	.469 ^{**}	.428 ^{**}	.362 [*]
	Sig. (2-tailed)	.017		.437	.490	.040	.007	.101	.660	.009	.018	.049
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.264	.147	1	.369 [*]	.311	.413 [*]	.533 ^{**}	.528 ^{**}	.022	.482 ^{**}	.457 [*]
	Sig. (2-tailed)	.158	.437		.045	.095	.023	.002	.003	.908	.007	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.235	.131	.369 [*]	1	.336	.273	.656 ^{**}	.471 ^{**}	.389 ^{**}	.631 ^{**}	.635 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.210	.490	.045		.069	.144	<.001	.009	.034	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.043	.377 [*]	.311	.336	1	.690 ^{**}	.345	.177	.396 ^{**}	.516 ^{**}	.546 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.820	.040	.095	.069		<.001	.062	.350	.030	.003	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.372 [*]	.482 ^{**}	.413 [*]	.273	.690 ^{**}	1	.315	.287	.303	.419 ^{**}	.667 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.043	.007	.023	.144	<.001		.090	.125	.104	.021	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	.427 [*]	.305	.533 ^{**}	.655 ^{**}	.345	.315	1	.430 [*]	.361	.541 ^{**}	.571 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.018	.101	.002	<.001	.062	.090		.018	.050	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X08	Pearson Correlation	.168	-.084	.528 ^{**}	.471 ^{**}	.177	.287	.430 [*]	1	.069	.442 [*]	.500 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.374	.660	.003	.009	.350	.125	.018		.716	.014	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X09	Pearson Correlation	.377 [*]	.469 ^{**}	.022	.389 [*]	.396 [*]	.303	.361	.069	1	.508 ^{**}	.468 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.040	.009	.908	.034	.030	.104	.050	.716		.004	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.307	.428 [*]	.482 ^{**}	.631 ^{**}	.516 ^{**}	.419 [*]	.541 ^{**}	.442 [*]	.508 ^{**}	1	.606 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.098	.018	.007	<.001	.003	.021	.002	.014	.004		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.456 [*]	.362 [*]	.457 [*]	.635 ^{**}	.546 ^{**}	.667 ^{**}	.571 ^{**}	.500 ^{**}	.468 ^{**}	.606 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.049	.011	<.001	.002	<.001	<.001	.005	.009	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil data olah penulis

Maka dengan hasil pengujian diatas dan berdasarkan ketentuan nilai r tabel untuk 30 responden adalah 0,361, berdasarkan data diatas, nilai r hitung telah melebihi nilai r tabel, dengan menyebarkan kuisisioner yang penulis ajukan mendapatkan hasil Valid.

B. Analisis Deskriptif

Tabel 2 : Tanggapan Responden Pernyataan Kualitas Produk (X1)

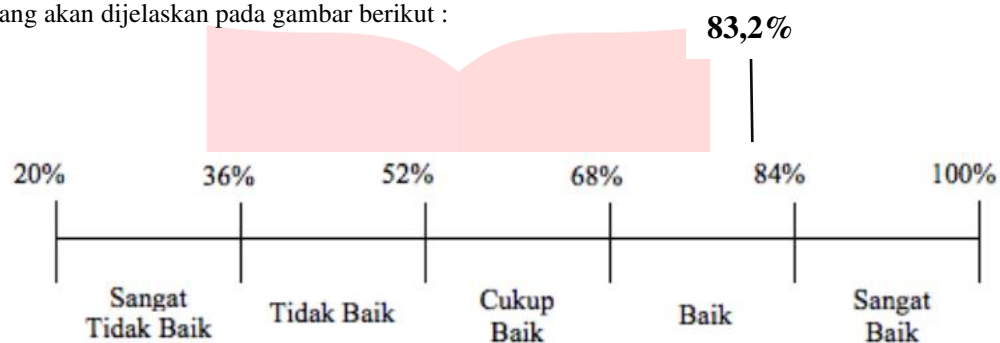
No	Pernyataan	KYT	Skor Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	%	Kategori
1	Helm memiliki spesifikasi yang lengkap seperti ventilasi, busa, dan tali pengikat	KYT	1	4	21	176	230	432	500	86%	Sangat Baik
2	Helm mempunyai sertifikasi DOT, ECE	KYT	0	4	9	196	230	439	500	88%	Sangat Baik
3	Helm memiliki part helm yang mudah dioperasikan	KYT	0	0	63	200	145	408	500	82%	Baik
4	Helm memiliki ventilasi dan visor yang berfungsi dengan baik	KYT	0	4	66	172	165	407	500	81%	Baik
5	Memiliki ruang kedap suara dan busa yang nyaman	KYT	0	8	78	168	140	394	500	79%	Baik
6	Helm memiliki sistem penguncian yang aman	KYT	0	2	51	192	170	415	500	83%	Baik
7	Helm memiliki desain helm yang menarik	KYT	0	2	90	156	150	398	500	80%	Baik

8	Helm KYT memiliki gambar grafis yang <i>eye-catching</i>	0	6	93	156	135	390	500	78%	Baik
		Total					3331	4000	83,2%	Baik

Sumber : Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil tabel 4.3 diperoleh skor total 3331 lalu dibagi dengan skor ideal yang menghasilkan skor sebesar 0,832 dan kemudian dikalikan 100 untuk menentukan garis kontinum yaitu sebesar 83,2% seperti yang akan dijelaskan pada gambar berikut :



Berdasarkan gambar diatas yang merupakan garis kontinum menyatakan variabel X1 memiliki rata-rata presentase sebesar 83,2% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui delapan pernyataan mengenai variabel X1. Rata-rata sebesar 83,2% menunjukan bahwa tanggapan responden dinilai baik karena posisinya terletak diantara rentang 68% - 84%.

Tabel 3 : Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan dari Citra Merek

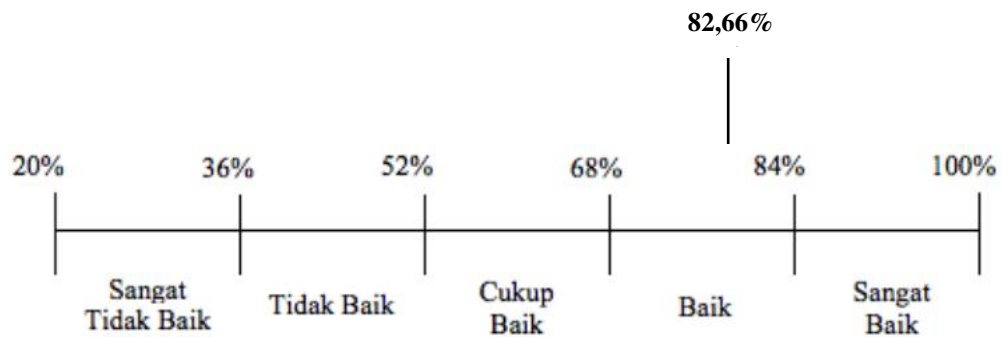
No	Indikator	Skor Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	%	Kategori
		1	2	3	4	5				
1	Helm KYT memiliki harga yang terjangkau	0	10	99	156	115	380	500	76%	Baik
2	Helm KYT menawarkan harga yang sesuai dengan kualitasnya	1	2	63	208	125	399	500	80%	Baik

3	Helm KYT menjadi merek terpercaya bagi saya untuk membeli helm yang baik dan aman untuk berkendara	1	4	54	232	105	396	500	79%	Baik
4	Saya merasa terlindungi dibagian kepala saat menggunakan helm KYT untuk berkendara	1	2	33	244	130	410	500	82%	Baik
5	Saya percaya dan puas dengan fitur, keamanan, kelengkapan, desain dan kegunaan yang diberikan pada produk Helm KYT	1	2	21	212	190	426	500	85%	Sangat Baik
6	Helm KYT memiliki pandangan visor yang luas?	1	0	39	184	200	424	500	85%	Sangat Baik
7	fitur dan part helm KYT tertampil pada helm	1	6	30	160	230	427	500	85%	Sangat Baik
8	Helm KYT telah menciptakan helm yang aman, nyaman, dan berkualitas	1	2	27	127	230	432	500	86%	Sangat Baik
9	Saya tetap memilih helm KYT untuk memenuhi kebutuhan berkendara	2	0	33	176	216	426	500	85%	Sangat Baik
Total							3720	4500	82,66%	Baik

Sumber : Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil tabel diatas diperoleh skor total 3720 lalu dibagi dengan skor ideal yang menghasilkan skor sebesar 0,8266 dan kemudian dikalikan 100 untuk menentukan garis kontinum yaitu sebesar 82,66% seperti yang akan dijelaskan pada gambar berikut :



Berdasarkan gambar diatas yang merupakan garis kontinum menyatakan variable X2 memiliki rata-rata presentase sebesar 82,66% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui pernyataan mengenai variabel X2. Rata-rata sebesar 82,66% menunjukan bahwa tanggapan responden dinilai baik karena posisinya terletak diantara rentang 68% - 84%.

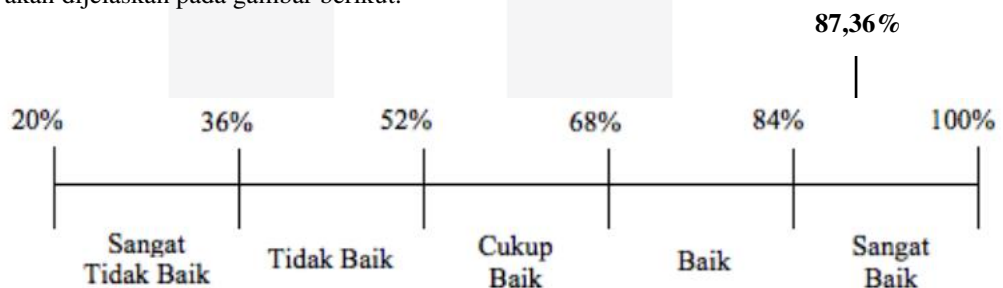
Tabel 4 : Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan dari Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Skor Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	%	Kategori
		1	2	3	4	5				
1	Dari segi kualitas, kenyamanan, sistem keamanan helm KYT membuat saya puas	0	4	33	208	175	420	500	84%	Sangat Baik
2	Saya as dengan fitur yang diberikan oleh helm KYT	0	2	27	188	215	432	500	86%	Sangat Baik
3	Kelengkapan, kenyamanan, dan fitur yang diberikan Helm KYT sudah memenuhi kebutuhan berkendara	0	2	21	168	250	441	500	88%	Sangat Baik

4	Saya puas dengan kualitas helm yang diberikan merek KYT dan akan kembali membeli produk Helm KYT nantinya	0	2	12	160	275	449	500	90%	Baik
5	Saya akan merekomendasikan produk Helm KYT sebagai produk helm terpercaya	0	2	33	132	275	444	500	88%	
Total							2184	2500	87,36%	Sangat Baik

Sumber : Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :
 Dari hasil tabel di atas diperoleh skor total 2184 lalu dibagi dengan skor ideal yang menghasilkan skor sebesar 0,8736 dan kemudian dikalikan 100 untuk menentukan garis kontinum yaitu sebesar 87,36% seperti yang akan dijelaskan pada gambar berikut.



Berdasarkan gambar di atas yang merupakan garis kontinum menyatakan variable Y. memiliki rata-rata presentase sebesar 87,36% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui pernyataan mengenai variabel Y. Rata-rata sebesar 87,36% menunjukkan bahwa tanggapan responden dinilai sangat baik karena posisinya terletak diantara rentang 84% - 100%.

Berdasarkan gambar 4. yang merupakan garis kontinum menyatakan variable X2 memiliki rata-rata presentase sebesar 82,66% yang letaknya ditunjukkan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui pernyataan mengenai variabel X2. Rata-rata sebesar 82,66% menunjukkan bahwa tanggapan responden dinilai baik karena posisinya terletak diantara rentang 68% - 84%.

C. Normalitas

Pada bagian uji normalitas, peneliti melakukan uji sample Kolmogrov-Smirnov, dimana hasil uji signifikansi harus $> 0,05$. Berikut hasil uji yang telah dilakukan peneliti:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13404792
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.072
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.029 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 4.9 hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov, dapat diperoleh hasil Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,029 dimana hasil tersebut lebih besar dari pada nilai signifikansi nya yaitu bernilai 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data yang disebarkan oleh peneliti terdistribusi secara normal.

D. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.414	2.113		4.455	.000		
	X1	.120	.066	.179	1.823	.071	.767	1.305
	X2	.228	.053	.425	4.338	.000	.767	1.305

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Hantono (2020), jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Berdasarkan Tabel 4. diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada masing-masing variabel > 0,1, dengan masing-masing nilai tolerance yang diperoleh yakni 0,767 dan 0,767. Sedangkan nilai VIF pada uji multikolineritas pada masing-masing variabel < 10 dengan masing-masing nilai VIF sebesar 1.305 dan 1.305. Maka berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

E. Uji heterokedesitas

Tabel 4.11 Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.149	1.246		6.540	.000
	X1	-.097	.039	-.254	-2.489	.015
	X2	-.091	.031	-.300	-2.948	.006

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Pada Tabel 4.11 diatas terlihat bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dimana masing-masing variabelnya bernilai 0,015 dan 0,006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedasitas pada data penelitian ini.

F. Uji Autokorelasi

Tabel 4.12 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.535 ^a	.286	.271	2.15594	2.044

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui nilai Durbin Watson (d) adalah sebesar 2.044 lebih besar dari nilai batas atas (du) yaitu 1,715 dan kurang dari (4-du) $4 - 1,715 = 2,285$ maka sebagai mana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin watson diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah gejala autokorelasi.

G. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.13 Analisis Liniear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.414	2.113		4.455	.000
	X1	.120	.066	.179	1.823	.071
	X2	.228	.053	.425	4.338	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber :Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 9.414 + 0,120(X1) + 0,228(X2)$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (*Constant*) bernilai positif, artinya jika variabel X1 dan X2 sama dengan nol atau tetap maka variabel Y bernilai positif yaitu sebesar 9.414.
2. Variabel X1 bernilai positif, dengan nilai sebesar 0,120 yang artinya variabel X1 berpengaruh positif terhadap variabel Y. Sehingga setiap penambahan variabel X1 akan menyebabkan meningkatnya Y sebesar 0,120.
3. Variabel X2 bernilai positif, dengan nilai sebesar 0,228 yang artinya variabel X2 berpengaruh positif terhadap variabel Y. Sehingga setiap penambahan variabel X2 akan menyebabkan meningkatnya variabel (Y) sebesar 0,228.

H. Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.414	2.113		4.455	.000
	X1	.120	.066	.179	1.823	.071
	X2	.228	.053	.425	4.338	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data SPSS, 2022

Syarat Uji T agar hipotesis diterima atau berpengaruh adalah jika nilai sig < 0,05 atau jika t hitung > t tabel. Maka rumus untuk menghitung t tabel, sebagai berikut :

$$t \text{ tabel} = \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right)$$

$$t \text{ tabel} = \left(\frac{0,05}{2}; 100 - 2 - 1 \right)$$

$$t \text{ tabel} = (0,025 - 97)$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98498. Maka berdasarkan tabel 4. dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,071 < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel (1.823 > 1,98498). Maka H1 diterima, dimana artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 terhadap variabel Y.
- b. Variabel citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel (4.338 > 1,98498). Maka H1 diterima, dimana artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 terhadap variabel Y.

2. Uji Anova F

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.578	2	90.289	19.425	.000 ^b
	Residual	450.862	97	4.648		
	Total	631.440	99			

- a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Uji f bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Syarat Uji f agar hipotesis diterima atau berpengaruh adalah jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau jika $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$. Maka rumus untuk menghitung $f \text{ tabel}$ adalah derajat bebas $(df)1 = k - 1$, $(df)1 = 3 - 1 = 2$, dan $(df)2 = n - k$, $(df)2 = 100 - 3 = 97$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, maka diperoleh nilai $f \text{ tabel}$ sebesar 3,09. Maka berdasarkan tabel 4. dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi pada hasil uji F diatas memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $(0.000 < 0,05)$ dan nilai $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ $(19.425 > 3,09)$. Maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y.

3. Uji Determinasi

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.478 ^a	.228	.212	1.27121

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Dapat dilihat pada Tabel 4.11 diatas, bahwa dapat diperoleh nilai R sebesar 0,478 dan R Square sebesar (R^2) adalah 0,228. Hasil nilai yang diperoleh tersebut digunakan untuk mengukur kemampuan model bahwa variasi variabel independent (bebas) dengan variabel dependen (terikat) atau bisa dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun cara untuk menghitung R square menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Kd &= R^2 \times 100\% \\ Kd &= 0,478^2 \times 100\% \\ Kd &= 22,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perolehan perhitungan rumus diatas didapatkan nilai Koefisien Determinasi (KD) sebesar 47,8%, yang artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 22,8% sedangkan sisanya sebesar 77,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil deskriptif yang diperoleh dari tanggapan responden dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki kategori baik, sedangkan citra merek (X2) merupakan variabel yang memiliki persentase terkecil dengan kategori baik. Sedangkan pada variabel kepuasan konsumen (Y) secara keseluruhan memiliki kategori sangat baik. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas produk dan citra merek kepada pengguna helm KYT akan mempengaruhi dan meningkatkan pengguna helm KYT dan meningkatkan rasa kepuasan konsumen terhadap produk helm KYT.

2. Hasil uji t memiliki hasil variabel kualitas produk dan variabel citra merek berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen terhadap pengguna.
3. Variabel kualitas produk dan variabel citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen terhadap produk helm KYT secara simultan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji f (simultan). Maka berdasarkan hasil uji tersebut disimpulkan bahwa hipotesis peneliti (H1) diterima dan H0 ditolak, artinya kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen pada produk helm KYT secara simultan.

B. Saran Bagi Perusahaan

1. Berdasarkan hasil dalam penelitian deskriptif dapat dilihat bahwa variabel citra merek merupakan variabel dengan persentase terendah diantara variabel independen lainnya, yaitu dengan persentase sebesar 82,6% dan pada pernyataan “helm KYT memiliki harga yang terjangkau” memiliki persentase paling kecil dengan skor 76%. Dengan hasil persentase tersebut, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan citra merek seperti meningkatkan kualitas produk pada helm, dan menyesuaikan harga dengan kualitas yang dimiliki, apabila kualitas helm baik dan mempunyai harga yang sesuai dengan value yang diciptakan pada helm KYT, konsumen akan menjadikan merek KYT menjadi merek utama untuk memilih helm yang terbaik.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas produk merupakan variabel dengan pengaruh paling besar dengan persentase sebesar 83,2%. Namun pernyataan “Helm KYT memiliki gambar grafis yang *eye-catching*” merupakan pernyataan dengan persentase paling rendah yaitu sebesar 78% dengan kategori baik. Sehingga untuk mengatasi masalah tersebut, peneliti menyarankan untuk perusahaan melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produknya terutama dari *design* helm KYT, untuk memilih perpaduan warna helm yang bisa menarik mata pengguna maupun pembeli, desain gambar grafis yang menyesuaikan dengan konsep tipe dan bentuk helm, menyediakan desain grafis pada helm dengan konsep mengikuti perkembangan zaman agar helm terlihat tidak lekang oleh zaman, dan lebih memperbaiki kualitas terhadap busa helm dan bagian yang mempengaruhi kenyamanan helm, dengan melakukan inovasi produknya bisa meningkatkan kualitas dari *brand* KYT tersebut dari segi *design* sehingga kegunaan helm tersebut menarik sehingga bisa meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pengguna helm KYT.

C. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Selain adanya saran bagi perusahaan, dalam penelitian ini adapun saran yang dapat diterapkan bagi peneliti selanjutnya, yaitu :

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti dengan menambahkan variabel yang berbeda dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan indikator atau dimensi lain yang belum diteliti oleh penulis sebelumnya agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas dalam penelitian.
3. Diharapkan untuk memperluas area pada objek penelitian serta memperbanyak jumlah sampel agar data yang diperoleh lebih banyak dan diharapkan data tersebut lebih akurat dibandingkan dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

REFERENSI

Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan). *Journal Management*, 42.

- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Cet, 1*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. K. (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Lazada*. Bandung: Tidak Dipublikasikan.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Pangestika, M., & Widodo, E. (2017). Publikasi Ilmiah. *Analisis Regresi Panel terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten/Kota D.I.Yogyakarta*, 198-204.
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli ulang: Studi Kasus pada produk EATLAH. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Rahmawati. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Jawa Barat: Alphabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Jawa Barat: Alphabet.
- Sukri, S. A. (2020). *Basic Marketing Strategy*. Lombok: Pemuda Aswaja.