

Peranan Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. SUN STAR MOTOR Wonorejo Lumajang

Fitrah Abdillah Mudzakir Ridho¹ Tri Palupi Robustin² Annisatul Fauziah³

STIE Widya Gama Lumajang^{1 2 3}

Email : fitra.ridho97@gmail.com¹

Email: tripalupirobustin@gmail.com²

Email : anisatulfauziah3@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 1

Nomor 4

Bulan Juni

Tahun 2019

Halaman 34-37

ABSTRAK

Salah satu bisnis yang sangat tinggi akan persaingannya saat ini adalah perusahaan dealer transportasi. Karena dapat dilihat dari banyaknya dealer-dealer transportasi yang ada di wilayah kota Lumajang khususnya transportasi mobil. Dealer PT. SUN STAR MOTOR berdiri pada tahun 2012 yang berlokasi di Krajan, Wonorejo, Kecamatan Kedungjajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil sebanyak 60 orang dengan memakai teknik *accidental sampling*. Memakai alat uji SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di dealer PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di dealer PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang. Atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di dealer PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang. Dengan koefisien Determinasi (*R Square*) yang di dapat sebesar 0,553. Artinya 44,7% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Kata Kunci : Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

One business that is very high in competition today is a transportation dealer company. Because it can be seen from the number of transportation dealers in the area of Lumajang city, especially car transportation. Dealer PT. SUN STAR MOTOR was established in 2012, located in Krajan, Wonorejo, Kedungjajang District, Lumajang Regency, East Java. This study aims to determine the role of product attributes and service quality on customer satisfaction both partially and simultaneously. This research is quantitative research by looking for a relationship between two or more variables that are causal. The samples taken were 60 people using accidental sampling technique. Using the SPSS 25 test tool. The results of this study indicate that product attributes have no partial effect on customer satisfaction at dealer PT. Sun Star Motor Lumajang Wonorejo. Service quality has a partial effect on customer satisfaction at dealer PT. Sun Star Motor Lumajang Wonorejo. Product attributes and service quality have a simultaneous effect on customer satisfaction at dealer PT. Sun Star Motor Lumajang Wonorejo. With the Determination coefficient (*R Square*) obtained at 0.553. This means that 44.7% of customer satisfaction can be explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Product Attributes, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan industri di dunia yang sangat pesat ini secara tidak langsung menuntut manusia untuk mengikuti perubahan tersebut sebagai salah satu bentuk penyesuaian diri dengan perubahan yang ada, dimana salah satunya dalam bidang kebutuhan transportasi. Indonesia sebagai negara berkembang juga mengalami hal ini, globalisasi dan kebudayaan luar yang masuk ke Indonesia memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kehidupan masyarakat Indonesia. Kondisi tersebut menyebabkan banyaknya peluang bisnis kecil maupun besar yang dapat dibuka untuk mendapatkan keuntungan dari masyarakat. Masyarakat yang berperan yaitu konsumen, hal ini menuntut setiap perusahaan untuk memahami perilaku pelanggan yang ada dan tepat pada sasaran untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan baik kecil maupun besar. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu. Perusahaan tersebut akan berusaha menguasai pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran yang juga pelayanannya dengan tujuan akhir mendapatkan laba maksimal dengan tingkat efisiensi kinerja secara optimal. Dengan kata lain, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya.

Kotler dan Armstrong (2006:18) atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Dimensi kualitas pelayanan yang bias di implementasikan dengan baik merupakan factor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah hotel karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan yang dirasakan tamu pelanggan dapat mendorong untuk menginap kembali sehingga menimbulkan hal yang positif keberhasilan bagi pihak hotel. Karyawan hotel apabila mampu memberikan pelayanan yang baik maka tamu pelanggan merasa puas dan citra hotel positif di mata tamu pelanggan (Selvy, 2013).

Penelitian tentang peranan atribut produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya dilakukan oleh Sindy Tawas (2013) dengan judul “Atribut Produk, Harga dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada PT.HASJRAT ABADI MANADO)” dengan hasil penelitian menunjukkan atribut produk, harga, dan strategi promosi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada mobil Toyota Vios. Manajemen Toyota dan PT.Hasjrat Abadi Manado sebaiknya meningkatkan nilai atribut produk dengan cara meningkatkan kualitas produk, fitur, dan lain lain untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Saidani (2012) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market ” menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang.

Penelitian yang dilakukan oleh Selvy (2013) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan daripada loyalitas pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di dealer PT. SUN STAR MOTOR Wonorejo Lumajang . (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di dealer PT. SUN STAR MOTOR Wonorejo Lumajang . (3) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap kepuasan konsumen di dealer PT. SUN STAR MOTOR Wonorejo Lumajang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu apabila data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat dikumpulkan dan diolah dengan menggunakan teknik statistik (A. Muri Yusuf, 2014: 43). Untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari variabel atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Populasi penelitian adalah konsumen di PT. SUN STAR MOTOR Wonorejo Lumajang.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden dengan diambil secara *Non Probability Sampling*, karena pengambilan sampel di dalam penelitian ini tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik yang dipilih yaitu *accidental sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Pengujian Asumsi Dasar Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, terdiri dari : Pengujian Normalitas Data, Pengujian Multikolinieritas, Pengujian Heteroskedastisitas, Pengujian Hipotesis terdiri dari : Uji t (Parsial), Uji F (Uji Simultan), Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Variabel	F	R	t	sig.
atribut produk			-1.632	0.108
kualitas pelayanan	35.293	0.553	5.716	0.000

Sumber: Data diolah 2019

Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Philip Kotler (2006:272-275) Atribut Produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan definisi manfaat yang akan ditawarkan produk tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil (uji t) variabel atribut produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang. Hal ini dikarenakan konsumen cenderung mempertimbangkan dalam rangka mengurangi resiko, hal itu menandakan bahwa atribut produk yang meliputi merek, desain, warna, kurang dapat memenuhi apa yang diharapkan konsumen, konsumen juga memiliki penilaian karena daya tahan mesin jika digunakan dalam jangka waktu lama menyebabkan penurunan kinerja yang terlalu cepat. Hal ini sependapat dengan penelitian Rustam H. Harun (2015) Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa atribut produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berry, Zeithml, Parasuraman (1990) dalam Catur, Sulistiyowati, dan Khamin (2015:14), Kualitas pelayanan adalah ketidaksesuaian antara harapan konsumen dan persepsi konsumen. Hasil uji parsial (uji t) untuk variabel (X2) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rendy Gulla (2015) yang hasilnya penelitian menunjukkan secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa adanya kesesuaian pelayanan terhadap konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang hal ini berarti pada penerapannya terjadi kesesuaian dimana kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik terhadap konsumen yang membeli produk di PT. Sun Star Motor Wonorejo.

Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,553 yang berarti 55,3% kepuasan konsumen pada PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu atribut produk dan kualitas pelayanan sedangkan 44,7% kepuasan konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, contohnya seperti promosi, harga, dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang di harapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang Kotler dan Keller (2012) dalam Donni Juni Priansa (2017:196). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa atribut produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang. Hasil ini sependapat dengan Sarini Kodu (2013), Sulistyan et al., (2017) dan Hizkia B. Anis (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti kedua variabel atribut produk dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen memutuskan membeli produk di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang karena atribut produknya sangat bagus serta kualitas pelayanannya yang ramah membuat konsumen merasa puas.

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 35,293$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh F_{tabel} sebesar 3,16. Ini berarti $F_{hitung} (35,293) \geq F_{tabel} (3,16)$ yang berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang.

KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT. Sun Star Motor Wonorejo Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Esterlina, Manullang. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Sleman, Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Gregorious Candra, F. T. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.Cv.
- Indriantoro. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Bpef-Yogyakarta.
- Khamin, C. S. (2015). *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu .
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Emba* , 1251.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.Cv.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal Emba* , 1341.
- Randang, W. (2013). Kualitas Produk, Atribut Produk Dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng. *Jurnal Emba* , 701.
- Selvy Normasari, A. K. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang . *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* , 1.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tawas, S. (2013). Atribut Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Vios Di Pt. Hasrat Abadi Manado. *Jurnal Emba* , 1329.
- Umar, Husain. (2008). *Desain Peneleitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta Selatan: Novietha Indra Sallama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Marketing Management, Thirteenth Edition*. Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis (kesatu)*. Bandung: Alfabeta.
- Lola Syah Luta. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Amrita Tour Kediri (Studi pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI Kediri). *Simki-Economic 02 (02)*
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global (Kesatu)*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Sleman Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mohamad Rifai. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri. *Simki-Economic 01 (03)*
- Priansa, D. J. (2017a). *Manajemen Pelayanan Prima, Fokus pada Organisasi Bisnis dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7, 77-87.