



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Trift Kiacabo Perumnas Kota Sorong Provinsi Papua Barat Daya

¹Selfita Brien, ²Roberthair Suripatty

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Victory Sorong, Indonesia

ARTICLE INFO

Kata kunci:
Kualitas Produk,
Kepuasan Konsumen,
Usaha Trift

Keywords:
Product Quality,
Consumer Satisfaction,
Trift Venture

Email :
Selfitabrien02@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha trift kia cabo jln. basuki rahmat km 10,5 perumnas kota sorong provinsi papua barat daya. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis, diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dari hasil pengujian secara statistic, ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen usaha trift kia cabo jln. basuki rahmat km 10,5 perumnas kota sorong provinsi papua barat daya. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan konsumen.

This study aims to determine the influence of product quality on consumer satisfaction in the kia cabo trift business located on Jln. Basuki Rahmat KM 10.5 Perumnas Sorong City, Southwest Papua Province. In this study, a quantitative approach was used, with a sample of 80 respondents. The sampling technique in this study uses a sampling technique. Data collection in the study used Simple Regression Analysis. Data that has met the requirements for analysis are processed using the help of the SPSS program. From the results of statistical testing, it was found that product quality affects consumer satisfaction of the kia cabo trift business on Jln. Basuki Rahmat KM 10.5 Perumnas Sorong City, Southwest Papua Province. The results of the study can be concluded that the product quality variable has a significant effect on the consumer satisfaction variable.

Copyright © 2024 EBISMA.

All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Kualitas produk merupakan salah satu faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan keberhasilan jangka panjang suatu usaha. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), kualitas produk tidak hanya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen tetapi juga dapat menjadi penentu utama dalam membangun loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar. Usaha Trift Kiacabo, yang berlokasi di Perumnas Kota Sorong, Provinsi Papua Barat Daya, merupakan salah satu UKM yang berfokus pada penjualan barang-barang thrift, atau barang bekas berkualitas. Meskipun menawarkan harga yang lebih terjangkau, usaha ini menghadapi tantangan dalam memastikan bahwa produk yang dijual tetap memiliki standar kualitas yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian khusus dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan. Putro (2014) terdapat delapan indikator kualitas produk yaitu: (1) kinerja, (2) fitur produk, (3) keandalan, (4) kesesuaian dengan spesifikasi, (5) daya tahan, (6) kemampuan untuk diperbaiki, (7) estetika, (8) kualitas yang dipersepsikan.

Kepuasan konsumen adalah cerminan dari seberapa baik produk dan layanan yang ditawarkan oleh sebuah usaha memenuhi ekspektasi pelanggan. Dalam industri barang thrift, dimana produk yang ditawarkan berasal dari berbagai sumber dan memiliki kondisi yang berbeda-beda, menjaga dan memastikan kualitas produk menjadi lebih menantang namun sangat penting. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat reputasi usaha, dan mendorong penjualan yang lebih tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha Trift Kiacabo di Perumnas Kota Sorong, Provinsi Papua Barat Daya. Dengan memahami hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen, usaha ini dapat mengidentifikasi area perbaikan dan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Trift Kiacabo Perumnas Kota Sorong Provinsi Papua Barat Daya. Welly Salomi Yable, et.al

mengimplementasikan strategi yang lebih efektif dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi usaha Trift Kiacabo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan mereka, sehingga tidak hanya mendukung pertumbuhan usaha tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal.

Dengan menggali lebih dalam mengenai dinamika interaksi antara kualitas produk dan kepuasan konsumen pada usaha trift kia cabo jln. basuki rahmat km 10,5 perumnas kota sorong provinsi papua barat daya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif, serta memberikan panduan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

METODE

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Sorong, dengan fokus pada Kualitas Produk yang disediakan oleh usaha trift kia cabo. Objek penelitiannya adalah konsumen yang menggunakan usaha trift kia cabo jln. basuki rahmat km 10,5 perumnas kota sorong provinsi papua barat daya. Variable penelitiannya terdiri dari variable independen yaitu kualitas produk dan variable dependen yaitu kepuasan konsumen. Jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 80 konsumen usaha trift kia cabo di kota sorong. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah purposive sampling, dimana konsumen di pilih berdasarkan criteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Roscoe dalam Sugiyono (2015:12) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 s/d 500.

Analisis data akan melibatkan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi. Uji validitas akan digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mengukur variabel yang dimaksud dengan baik, uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian, dan uji regresi untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif, yang memungkinkan pengumpulan data numerik dan analisis statistik yang mendalam. Teknik pengambilan data yang akan digunakan meliputi distribusi kuesioner kepada responden untuk mengukur persepsi mereka terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Observasi juga dapat dilakukan untuk mendapatkan pemahaman langsung tentang interaksi antara pelanggan dan layanan pengiriman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 80 responden yang menjadi subjek penelitian ini. Responden jenis kelamin perempuan sebanyak 44 (55, 0%) responden dan laki-laki sebanyak 36 (45,0%) responden. Responden usia <18 tahun sebanyak 13 (16,25%), 19-25 tahun sebanyak 36 (45,00%), 26-35 tahun sebanyak 21 (26,25%), 36 -50 tahun sebanyak 8 (10,00%) dan >51 tahun sebanyak 2 (2,50%). Responden pekerjaan yaitu; Pelajar/Mahasiswa sebanyak 42 (52,50%), PNS sebanyak 18 (22.50%), Wiraswata sebanyak 13 (16, 25%), dan lainnya sebanyak 7 (8,75%) responden.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel kualitas produk (X)

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,548	0,001	Valid
2	0,695	0,001	Valid
3	0,679	0,001	Valid
4	0,579	0,001	Valid
5	0,690	0,001	Valid
6	0,600	0,001	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas produk (X) tersebut nampak jika nilai R-hitung untuk pernyataan 1 hingga pernyataan 6 lebih besar dari nilai signifikan 0,001 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa semua pernyataan kuesioner untuk variabel kualitas produk (X) valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel kepuasan konsumen (Y)

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Trift Kiacabo Perumnas Kota Sorong Provinsi Papua Barat Daya. Welly Salomi Yable, et.al

Uji Validitas	R-Hitung	Signifitas	Keterangan
1	0,722	0,001	VALID
2	0,724	0,001	VALID
3	0,765	0,001	VALID

Berdasarkan hasil uji validasi variabel Kepuasan Konsumen (Y) tersebut nampak jika nilai R-hitung untuk pernyataan 1 hingga pernyataan 3 lebih besar dari nilai signifikan 0,001 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa semua pernyataan kuesioner untuk variabel kepuasan konsumen (Y) valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel kualitas Produk (X)

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Disyaratkan	Keterangan
Variabel X (kualitas produk)	.704	4	Reliabel

Berdasarkan tabel Hasil Uji Reabilitas variabel Kualitas Produk (X) tersebut nampak jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha Disyaratkan 0,60 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X) dikatakan Reliabel, karena cronbach's alpha 0,700 lebih besar dari cronbach's alpha yaitu 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel kepuasan konsumen (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Disyaratkan	Keterangan
Variabel Y (kepuasan langganan)	0,577	0,60	Tidak Reliabel

Berdasarkan tabel Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y) tersebut nampak jika nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari nilai Cronbach's Alpha Disyaratkan 0,60 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel kepuasan Konsumen (Y) dikatakan Tidak Reliabel, karena cronbach's alpha 0,577 lebih kecil dari cronbach's alpha yang disyaratkan yaitu 0,60.

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.755	1.565	
	Kualitas produk	.223	.059	.393

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Dari tabel Regresi Linier sederhana di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y=7.755 + 0.223, X$$

Interpretasi dari model regresi di atas adalah nilai koefisien kualitas produk (X) sebesar 7.755 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh pada variabel kepuasan konsumen.

Tabel 6. Determinan Koefisien

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	.393 ^a	.155	.144	1.10264	.155

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel diatas nilai R square adalah 0.155 yaitu variabel kualitas produk (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 15,5%, sedangkan sisanya sebesar 0,845 atau 84,5% (100% - 15,5%) dipengaruhi dari variabel – variabel yang tidak diteliti dipenelitian ini.

Tabel 7. Uji T

Coefficients ^a			
	Model	T	Sig.
1	(Constant)	4.956	.000
	Kualitas produk	3.779	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil pada Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan kepada kepuasan Konsumen (Y1), dikarenakan nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh usaha trift kia cabo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Kota Sorong. Aspek-aspek kualitas produk seperti ketepatan waktu, keandalan, ketersediaan informasi, dan responsivitas terhadap keluhan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk. Dengan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, oleh trift kia cabo dapat memperkuat hubungan dengan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan memenangkan persaingan di pasar pada usaha trift kia cabo Kota Sorong. Kesimpulan ini memberikan arahan bagi perusahaan untuk terus meningkatkan standar kualitas produk mereka guna memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Menurut penelitian ini, kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen akan merasa puas dengan apa yang mereka beli, dan toko/perusahaan akan mendapatkan keuntungan, yaitu mendapatkan konsumen tetap. Perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi dapat meningkatkan hasil produknnya untuk menarik minat konsumen di masa mendatang. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan berdampak pada kualitas produk. Diharapkan bisnis Trift Kia Cab Road, yang terletak di Jalan Basuki Rahmat km. 10,5 di Kota Sorong, Papua Barat Daya, dapat meningkatkan kualitas produknya, membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggannya, dan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi di Kota Sorong. dengan menerapkan rekomendasi di atas.

REFERENSI

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Fernandus, T., & Reza, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Toko Top Jaya Motor Bekasi). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 484-495.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian journal on software engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28..
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Cafe 3. Am Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 126-135.
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83-92.
- Setyo, P. E. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “best autoworks”. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755-764.
- Wahyuni, P. A., Kasno, K., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Arafah Hijab. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 6(2), 446-454.