
JURNAL WIDYA GANECWARA

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen

Chalsy Chrissanda Novalia¹,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Sri Wijiastuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Muhammad Nurhadi Sulistiyono³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Info Artikel

Kata kunci:

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Toko, dan Kepuasan Konsumen

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra toko terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen dari toko Harapan Tani Indonesia, dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang. Regresi linier berganda dan Uji hipotesis merupakan metode analisis yang digunakan, dan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Citra toko berpengaruh negative akan tetapi signifikan.

✉Alamat korespondensi :

FEB UTP Surakarta

Jl. Walanda Maramis No.56, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,

Jawa Tengah 57135

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Seiring dengan perkembangan bisnis toko pertanian, banyak perusahaan yang bergerak di bidang ini yang awalnya dikelola secara tradisional berubah haluan menjadi toko pertanian modern sehingga menjadi bisnis yang inovatif, dinamis, dan kompetitif (Ghosh dalam Angin, 2009). Persaingan yang ketat di bisnis pertanian tidak terlepas dari semakin menjamurnya pusat – pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen yang di bidik.

Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia yang terletak di Madiun merupakan salah satu Perusahaan yang bergerak dalam bisnis pertanian yang menyediakan kebutuhan

pertanian bagi masyarakat dan toko – toko eceran di sekitarnya. Dalam bisnisnya, toko Pertanian Harapan Tani Indonesia memiliki beberapa pesaing baik langsung maupun tidak langsung dari pemasok lainnya. Data penjualan toko Pertanian Harapan Tani Indonesia di Tahun 2019 mengalami penurunan omzet penjualan pada bulan-bulan terakhir, sehingga perlu bagi pemilik perusahaan untuk mengetahui penyebab terjadinya penurunan penjualan tersebut. Perlu keseriusan pemilik untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab menurunnya omzet penjualan. Salah mengambil keputusan dapat menyebabkan semakin menurunnya omzet penjualan dikarenakan beralihnya pelanggan ke toko lainnya.

Dalam persaingan tersebut perlu kiranya pemilik perusahaan menjaga kualitas produk yang di jual. Hal ini dikarenakan pada saat ini sebagian konsumen telah berubah pola pikir dalam mengonsumsi suatu produk. Konsumen tidak hanya melihat dari terpenuhinya kebutuhan mereka. Konsumen melihat suatu produk apakah dapat memenuhi harapannya atau mungkin melebihi dari apa yang mereka harapkan. Konsumen menilai produk dari kualitas produk tersebut. Semakin baik produk yang di jual sebuah perusahaan maka akan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna produk dalam perusahaan tersebut. Selain itu, konsumen saat ini juga mulai melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dalam suatu perusahaan dan citra toko yang timbul di ingatan konsumen baik sebelum atau sesudah melakukan proses transaksi di toko tersebut. Apabila pelayanan yang diterima dan citra sebuah toko cukup baik dimata konsumen, tidak jarang konsumen perusahaan atau toko tersebut enggan untuk berpindah.

2. Identifikasi Masalah

Berdasar pada semua uraian latar belakang masalah di atas maka dapat disusun beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia?
- b. Manakah dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra toko yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia?

3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra Toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia.
- b. Untuk mengetahui manakah dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra toko yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia.

4. Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti, merupakan salah satu tugas akhir dan merupakan syarat penting untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
- b. Bagi akademisi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi penambah wawasan dan referensi bagi mahasiswa yang mungkin ingin melakukan penelitian yang serupa dan relevan.
- c. Bagi Masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk berbagai keperluan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan konsumen.

B. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1. Tinjauan Pustaka

a. Pemasaran

Menurut Melydrum dalam Sudaryono (2016), pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

Menurut Dayle dalam Sudaryono (2016:41), pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (returns) bagi pemegang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (valued customers) dan menciptakan keunggulan kompetitif.

b. Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2012), kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008).

d. Citra Toko

Menurut Kotler dan Keller (2009:403) Citra Toko adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya.

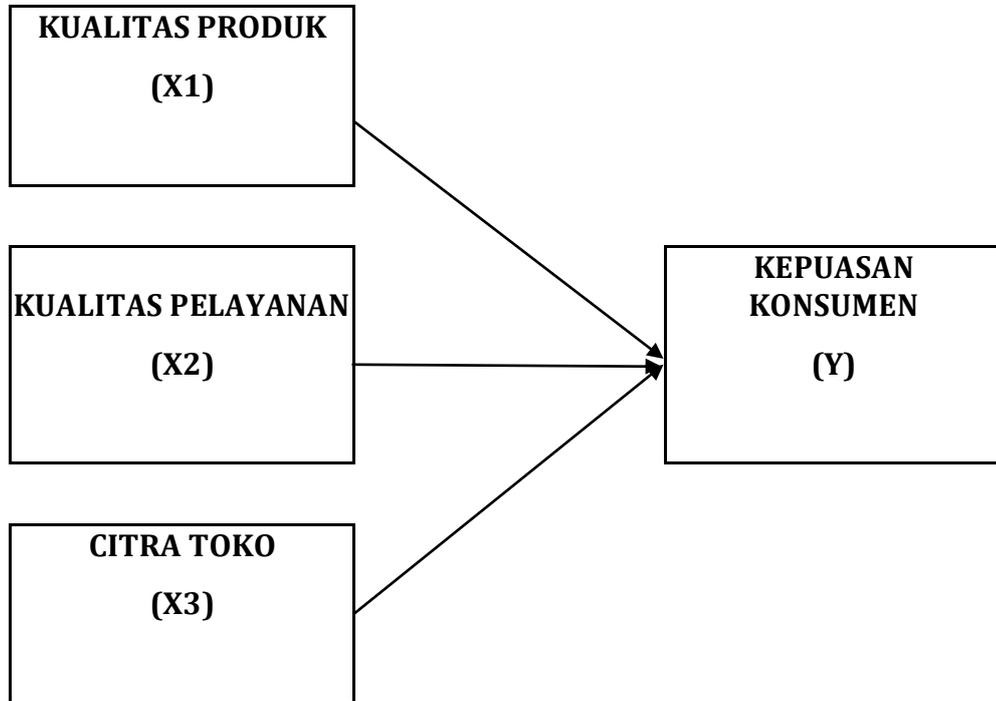
e. Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul

setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

2. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran



3. Hipotesis

Berdasarkan kajian dan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut :

H1: Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

H2: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

H3: Terdapat pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan pengkajian deskriptif kuantitatif dengan melihat situasi yang muncul. Dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Citra Toko sebagai variabel bebas, dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat menjadi variabel yang akan diteliti. Survey lokasi dengan penyebaran kuesioner menjadi bahan untuk pengumpulan data. Adapun lokasi penelitian yang diambil adalah Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia. Populasi merangkap sample (sensus) (Sugiono, 2008), dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Pertanian Harapan Tani Indonesia yang berjumlah 100. Regresi linier berganda dan uji hipotesis digunakan sebagai analisis data.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen digunakan model regresi dengan bentuk persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Adapun hasil regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

| Model | Standardized Coefficient | T | Sig. |
|-------------------------|---|--------|-------|
| Beta | | | |
| Kualitas Produk (X1) | 0,237 | 2,195 | 0,037 |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0,468 | 2,877 | 0,004 |
| Citra Toko (X3) | -0,195 | -2,215 | 0,021 |
| Dependent Variabel | Kepuasan Konsumen (Y) | | |
| Constant | 0.407 | | |
| R | 0.630 | | |
| R ² | 0,374 | | |
| R ² Adjusted | 0,583 | | |
| F hitung | 8,565 | | |
| Probability | 0,000 | | |
| Result | Y = 0,407 + 0,237X ₁ + 0,468X ₂ - 0,195X ₃ + e | | |

Persamaan Regresi

Tabel 1 :

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Hasil regresi menunjukkan jika kualitas produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) dan Citra Toko (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dibuktikan dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha (0,05) atau (5%). Besarnya nilai R_2 atau R_{Square} yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,374, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X_1 X_2 dan X_3 terhadap Y adalah sebesar 37,4 %, sementara sisanya sebesar 62,6% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sementara itu nilai $e = \sqrt{(1-0,374)} = 0,791$.

Untuk mengetahui apakah model regresi diatas sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan angka F sebagaimana hasil output hasil regresi model I diperoleh hasil F hitung 8,565 dengan nilai signifikan 0,000, hal ini berarti $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra toko terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengujian Hipotesis

Selanjutnya hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

Uji Hipotesis ke 1

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan Kualitas Produk dapat meningkatkan Kepuasan Komsumen. Kualitas Produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan yang berperan penting dalam mendapatkan Kepuasan Konsumen bagi pengelola Toko Harapan Tani Indonesia. Hal ini dikarenakan, dalam Kualitas Produk memberikan suatu informasi-informasi seperti Kondisi produk yang dijual lebih baik dari perusahaan lain, Kualitas barang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, Barang yang dijual perusahaan lebih terjamin mutunya daripada perusahaan lain. Dengan demikian, pihak Toko juga harus mengetahui bagaimana pendapat responden yaitu para konsumen untuk memberikan informasi-informasi yang tercangkup dalam Kualitas Produk ini sebagai bahan yang diperlukan oleh Toko untuk mengetahui Kepuasan Konsumen. Jadi dengan adanya informasi-informasi yang diberikan oleh pihak toko, Langkah – Langkah selanjutnya untuk tetap menjaga agar kualitas produk semakin bagus akan tepat. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Wulandari, 2011) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis ke 2

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu yang juga berperan

penting untuk mengetahui Kepuasan Konsumen di Toko Harapan Tani Indonesia. Karena dalam Kualitas Pelayanan, juga berisikan informasi-informasi yang sangat berguna mengetahui Kepuasan Konsumen, seperti informasi tentang lokasi yang sangat strategis, informasi Karyawan sangat tanggap akan keluhan konsumen dan mempunyai pengetahuan yang sangat luas akan produk yang dijual perusahaan, informasi tentang ketepatan waktu operasional, dan informasi tentang pemahaman karyawan akan kebutuhan produk setiap konsumen. Lewat informasi-informasi yang telah diberikan oleh responden, mempermudah pemilik Toko untuk menentukan keputusan yang akan diambil agar kualitas pelayanan bisa terus ditingkatkan dan semakin diterima oleh konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Chaterina, 2011) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis ke 3

Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen

Citra Toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Citra Toko dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Citra Toko merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Maka membangun citra sangat penting karena citra dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan publik yang juga berperan penting untuk mengetahui Kepuasan Konsumen di Toko Harapan Tani Indonesia. Berisikan tentang informasi-informasi seperti Penilaian konsumen terhadap perusahaan pra pembelian, Kondisi fisik perusahaan yang dapat dilihat oleh konsumen, dan Penilaian konsumen terhadap ketersediaan barang dalam perusahaan pra pembelian untuk meningkatkan Citra Toko agar menjadi lebih baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Beladin, 2013) yang menyatakan bahwa citra toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Pembahasan

Dengan melihat bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses Kepuasan Konsumen di Toko Harapan Tani Indonesia, sebaiknya perusahaan selalu mempertimbangkan aspek-aspek yang terkandung dalam variabel tersebut, tanpa mengabaikan salah satu diantaranya, karena variabel tersebut merupakan peran yang terintegrasi yang tak terpisahkan dari kegiatan pemasaran.

Dengan mengetahui bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap proses Kepuasan Konsumen di Toko Harapan Tani Indonesia, diharapkan perusahaan mempertahankan kualitas pelayanan serta selalu aktif dalam melakukan kegiatan pemasaran dan juga mengevaluasi aspek-aspek pemasaran yang lain seperti faktor pesaing dan distribusi, sehingga tujuan toko dapat terlaksana secara efektif dan efisien.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan Kualitas Produk dapat meningkatkan Kepuasan Komsumen. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Citra Toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Citra Toko dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen, yang bermakna bahwa hal utama yang dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen adalah Kualitas Pelayanan.

2. Saran

Menambah jam operasional tempat usaha, menambah distributor produk pertanian yang berkualitas. meningkatkan Citra Toko, dan disarankan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti variabel-variabel lain yang belum masuk dalam model, karena dalam penelitian ini masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Titi Nifita. 2010. *Pengaruh Citra BCA terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BCA Cabang Jambi*. Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi. Juli-Desember 2010, Vol. 2, No. 2.
- Boyd, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Alih Bahasa: Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga.
- Enderwita. 2013. *Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas Nasabah Tabungan Bank Bri Cabang Simpang Empat*. E- Jurnal . September 2013, Vol. 1, No. 1.
- Griffin, jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Bisnis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 5*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Medpress
- Herry Sussanto dan Wido Damayanti. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Ekonomi Bisnis. April 2008, Vol. 13, No. 1.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan pertama. Bandung: Alfabeta.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ketigabelas. PT Gelora Aksara: Erlangga
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi kesembilan. jilid dua. New Jersey. Prentice. Hall, Inc.

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, jilid 2. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks Kelompok Media.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan Jilid 1 & 2. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Jakarta. Salemba Empat
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ni Putu Sawitri, Ni Nyoman Kerti Yasa Abdullah Jawas. 2013. *Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Tegal Sari Accommodation*. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan. Februari 2013, Vol.7, No.1
- Nuruni Ika Kusuma Wardhani. 2012. *Analisis Kualitas Produk dan Harga dalam meningkatkan Loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Minuman Sari Buah Frutang*. Jurnal Neo-Bis. Juni 2012, Vol.6, No.1.
- Nurul Qomariah. 2012. *Pengaruh Kualitas layanan dan citra institusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Maret 2012, Vol. 10, No. 1
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta. Pustaka pelajar.
- Heizer, Jay, Render, Barry. 2009. *Manajemen Operasi*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Perilaku Konsumen Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelimabelas Bandung Alfabeta
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan ketiga. Jakarta. Rineka Cipta.
- Suryandari, Tanding. 2010. *Analisis Pengaruh Citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Juni 2010, Vol. 3, No. 2
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan Keenam Yogyakarta: Andy
- Uma, Sekaran. 2006. *Reserch Methods For Bisnis*. Net York.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali
- Winarti Setyorini. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Mahkota di Pangkalan Bun*. Jurnal Socioscientia Kopertis Wilayah XI Kalimantan. Februari 2011, Vol.3, No.1.