

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA PERCETAKAN STUDIO FOTO “ARINA PHOTO” DI DESA BINJU KECAMATAN HALONG

Arifin¹, Nurul Hasanah²

Program Studi Administrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail : muhammadarifin290320@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang semakin pesat, Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia juga semakin bervariasi. Salah satu diantaranya adalah dalam jenis jasa bidang fotografi. Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen pada penelitian ini.

Metodologi penelitian ini ialah kuantitatif, tujuannya guna menguji hipotesis yang sudah ditentukan sekaligus guna mengkaji populasi beserta sampel tertentu, data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, beserta analisa data bersifat kuantitatif ataupun statistik.

Dari uji validitas yang dilaksanakan, bisa dinyatakan 27 pernyataan yang mewakili variabel termasuk valid sekaligus bisa dipakai di penelitian, terbukti dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,238. Hasil uji t bernilai signifikan $0,000 < 0,05$. artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, jika $t_{hitung} 14,540$ $t_{tabel} 1,668$, artinya diperoleh korelasi signifikan variabel X terhadap variabel Y. Kesimpulannya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y ialah positif.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Technological advances are increasingly rapid, Along with the development of the times, human needs are also increasingly varied. One of them is in the type of photography services. Product quality is the character of a product that has the ability to meet consumer satisfaction. The researcher wanted to find out if there was a significant relationship between product quality and consumer satisfaction in this study.

This study employed a quantitative approach. The goals of quantitative methods are to gather data using research equipment, evaluate quantitative or statistical data, and test predefined hypotheses that will be utilized to study specific populations and samples.

Based on the validity test carried out, it can be stated that 27 statements representing the variables are valid. This is evident from the rcount, all statements have a value greater than rtable, namely 0.238, so it is possible to deem the 27 statements legitimate and use them for study. $0.000 < 0.05$ is the significant value obtained from the t test. Subsequently, it is claimed that variable X has a positive influence on variable Y given the positive regression coefficient.

Keywords: Product Quality, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Kecepatan perkembangan teknologi mengakibatkan pola perilaku manusia mengalami sejumlah perubahan di kehidupan sehari-hari ataupun operasional usaha. Tuntutan manusia pun semakin beragam seiring berjalannya waktu. Salah satunya menyediakan layanan fotografi. Masyarakat dulu menganggap fotografi itu mahal. Golongan tertentu adalah satu-satunya yang bisa merasakan hal yang berhubungan dengan fotografi, termasuk perlengkapan beserta produk akhir selaku media dokumentasi. Tetapi seiring berjalannya waktu sekaligus kemajuan teknologi, hal ini berubah. Selain tersedia di beragam tempat, perlengkapan beserta aksesoris fotografi pun mempunyai harga terjangkau bagi mereka yang berminat memakainya sehingga lebih mudah dijangkau khalayak luas. (Nugroho, 2018)

Kualitas produk termasuk komponen krusial yang hendaknya dicermati. Kualitas produk ialah kemampuan produk guna mencukupi keperluan pelanggan, sehingga studio foto hendaknya berupaya fokus pada kualitas produk sekaligus mengevaluasinya melalui perbandingan dengan produk studio lain.

Salah satu tujuan perusahaan ialah kebahagiaan pelanggan, yang bisa terwujud melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi, produk yang berfungsi sebagaimana mestinya, sekaligus harga menyesuaikan kualitas yang ditawarkan. Ketika pelanggan senang, mereka akan memakai layanan tersebut sekali lagi. Melayani sekaligus memenuhi kebutuhan beserta keinginan konsumen termasuk tujuan utama pemasar. Akibatnya, pemasar hendaknya memahami bagaimana pelanggan bertindak guna memenuhi permintaan beserta keinginan mereka.

Arina photo ini berdiri pada tahun 2011 sampai dengan sekarang, pada awalnya Arina photo cuma melakukan kegiatan photo di rumah saja dan untuk masyarakat sekitar, namun seiring berjalannya waktu banyak masyarakat luar desa yang mengetahui bahwa di desa Binju telah ada tempat studio percetakan photo yang berjalan sampai dengan saat ini. Adapun cara pemasaran atau promosi percetakan Arina studio photo dengan spanduk yang di pajang di halaman rumah, dan dengan menggunakan sosial media.

Arina photo lebih mengutamakan kualitas produk seperti kamera, kertas dan tinta printer sehingga hasil photo warnanya akan sangat jelas, bersih dan juga hasil photo akan lebih tahan lama. Di upayanya menarik atensi pasar, Arina Photo berhasil menghadirkan produk berkualitas tinggi sekaligus memuaskan pelanggan.

Penelitian ini berjudul “pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto ‘arina photo’ di desa binju kecamatan halong” sangat menarik mengingat pentingnya kualitas produk bagi perusahaan. Penelitian ini sangat berguna untuk perusahaan karena perusahaan sadar bahwa meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk yang lebih tinggi bisa mendorong penjualan. Menurut paparan tersebut, tujuan penelitiannya ialah guna mengetahui pengaruh kualitas produk sekaligus apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan studio foto “arina photo” di desa binju kecamatan halong.

Kotler beserta Armstrong (2018: 230) mengartikan “kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan”. Assauri (2018: 203). (Purwanto, 2021) mengungkapkan, unsur yang mempengaruhi kualitas produk yakni mencakup:

1. Fungsi Suatu Produk

Suatu produk hendaknya dibuat melalui pertimbangan tujuan pemakaiannya, sekaligus harus mampu melaksanakan tujuan tersebut secara efektif, sebab keputusan

pembelian pelanggan dipengaruhi oleh kinerja fungsi ini. Tingkat pemenuhan fungsi keputusan pengguna yang bisa dicapai menentukan kualitas suatu produk, bahkan ketika tingkat keputusan terbesar tak selalu tercukupi ataupun tercapai.

2. Wujud Luar Produk

Penampilan luar suatu produk termasuk komponen krusial yang dipertimbangkan pembeli ketika mengevaluasi kualitasnya saat mereka melihatnya pertama kali. Suatu produk mungkin diremehkan pelanggan meskipun canggih secara teknologi ataupun mekanis ketika produk tersebut mempunyai tampilan luar kurang menarik sehingga sulit diterima orang.

3. Biaya Produk

Secara umum, kualitas suatu produk ditentukan oleh biaya beserta harganya. Produk dengan biaya ataupun harga tinggi memperlihatkan kualitas produk tersebut relatif lebih tinggi. Demikian pula, rendahnya biaya suatu produk mungkin memperlihatkan kualitasnya tak sebaik yang seharusnya. Menurut paparan tersebut, kesimpulannya fokus utama pemasaran ialah pada kualitas produknya guna mencukupi permintaan sekaligus keinginan pelanggan.

Sopiah beserta Sangadji (2016:80) mengutarakan, kualitas produk mencakup sejumlah indikator. (Dalam, 2020), yakni:

1. Performance (kinerja), ialah komponen kualitas produk yang berkorelasi langsung dengan kemampuan suatu produk ketika memenuhi permintaan pelanggan.
2. Reliabilitas (keandalan), ialah ketahanan produk ketika dipakai.
3. Feature (fitur), ialah fungsi tambahan yang diberikan di suatu produk.
4. Durability (daya tahan), memberikan pengukuran teknis sekaligus temporal dari siklus produk.
5. Konsisten, memperlihatkan sejauh mana suatu produk mencukupi serangkaian persyaratan tertentu.
6. Desain, ialah komponen emosional yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga bentuk produk ataupun cara pengemasannya bisa mempengaruhi penilaian orang terhadap produk tersebut.

Kotler beserta Keller (2009:138) mengutarakan “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspektasinya”. (Hartono, 2017)

Menurut Pratiwi (2014:5) dalam Rivai dkk (2019), indikator yang dipakai guna mengukur kepuasan konsumen. (Kresnamurti RivaiP, Suneni and Febrilia, 2019) mencakup:

1. Niat konsumen supaya tetap memakai layanan. Perilaku konsumen bisa memperlihatkan bagaimana orang mencari, membeli, memanfaatkan, menilai, sekaligus meningkatkan barang beserta jasa.
2. Kehendak konsumen guna menyarankan ke pihak lainnya. Tindakan konsumen mencakup seringnya membeli barang beserta jasa yang diperlukan, sekaligus membujuk kenalannya supaya melakukan hal yang sama.
3. Kualitas pelayanan yang diterima memuaskan. Tindakan konsumen ketika melacak, mengganti, memakai, mengevaluasi, beserta mengelola produk ataupun jasa sehingga bisa mencukupi keperluan.

Hipotesis ialah jawaban temporer rumusan maslaah penelitian, yakni ketika suatu rumusan tersebut disajikan berbentuk kalimat pernyataan. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang mengembangkan hipotesis, sehingga hipotesisnya ialah:

Ha1: “Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan

konsumen pada usaha percetakan studio foto arina foto studio di Desa Binju Kecamatan Halong”.

Ha2 : “Terdapat hubungan yang positif secara simultan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha percetakan percetakan studio foto arina foto studio di Desa Binju Kecamatan Halong”.

METODE

Metode yang dipakai ialah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019) ialah “suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis”. (Sugiyono, 2018)

Di penelitian ini, dipakailah 2 variabel, mencakup variabel bebas (X) yakni kualitas produk, beserta variabel terikat (Y) yakni kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan bahwa populasi yang menjadi target adalah pelanggan atau konsumen di Usaha Percetakan Studio Foto Di Desa Binju Kecamatan Halong. Dan jumlah populasi penelitian ini tak diketahui.

Sugiyono (2013, p.120) mengutarakan “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.(GOOD, 2015)

Jumlah sampel bisa ditetapkan memakai rumus tertentu supaya sebanding dengan jumlah populasi. Banyaknya sampel yang tak diketahui bisa dipastikan memakai rumus Lemeshow. Keterwakilan populasi penelitian amat dipengaruhi sampel. Rumus Lemeshow bisa diterapkan ketika jumlah populasi (N) tak diketahui. Ukuran sampel penelitian ini sejumlah 68 responden. Teknik sampling yang dipakai ialah non probability sampling. Metodologi yang dipakai ialah purposive sampling, diterapkan melalui pertimbangan khusus guna memastikan sampel tersebut layak dipakai selaku sampel penelitian.

Korelasi kedua variabel kualitas produk beserta variabel kepuasan konsumen diteliti dalam penelitian ini melalui penggunaan regresi linier sederhana. Guna mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, peneliti menggunakan menggunakan software perangkat lunak IBM SPSS versi 25 untuk menguji regresi linier sederhana, uji t hipotesis, beserta menghitung koefisien determinasi (R^2).

PEMBAHASAN

Metodologi regresi linier sederhana ini ditujukan guna mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara kepuasan produk dengan keputusan konsumen. Hasil analisisnya terlihat di tabel berikut:

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.553	3.106		.500	.619
	KULITAS PRODUK	.674	.046	.873	14.540	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Diketahui nilai Constant (a) sejumlah 1,553 beserta nilai Promosi (b/koeffisien regresi) sejumlah 0,674, diperoleh persamaan regresinya ialah :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,553 + 0,674X$$

Maknanya yakni :

1. Konstanta sejumlah 1,553, artinya nilai koefisien variabel Kepuasan Konsumen ialah sejumlah 1,553.
2. Koefisien regresi X sejumlah 0,674 artinya tiap peningkatan 1% nilai Kualitas Produk, maka nilai Kepuasan Konsumen bertambah sejumlah 0,674 atau 67,4%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, kesimpulannya arah pengaruh variabel X terhadap Y ialah positif.

Hasil Uji T

Uji ini dipakai guna mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) disertai $\alpha = 0,05$ atau 5%, jika nilai tingkat sign. $0,000 < 0,05$ artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, jika $t_{hitung} 14,540 > t_{tabel} 1,668$, artinya diperoleh korelasi signifikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), jika $t_{hitung} 14,540 < t_{tabel} 1,668$, artinya tak ada korelasi signifikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Kesimpulannya variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.873 ^a	.762	.758	2.422	.762	211.415	1	66	.000
a. Predictors: (Constant), KULITAS PRODUK									

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yakni sejumlah 0,873. Lantas didapat nilai koefesien determinasi (R Square) sejumlah 0,762, mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) ialah sejumlah 76,2 %. Sisanya 23,8 % merupakan pengaruh variabel lainnya yang tidak dikaji peneliti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian “pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada percetakan studio foto ‘Arina Photo’ di Desa Binju Kecamatan Halong kabupaten balangan”, telah diuraikan sebelumnya dan dapat disimpulkan :

Kualitas Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada percetakan studio foto “Arina Photo” di Desa Binju Kecamatan Halong Kabupaten Balangan dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai signifikan. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E.S. and Latte, J. (2023) ‘PENGARUH POTENSI SUMBER DAYA ALAM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI DESA HANTAKAN KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH’, *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), pp. 12–23.
- Agustina, E.S. and Saputra, H. (2022) ‘Strategi quality of conformance pada kolam renang Tirta Agung Suryanata di Kabupaten Hulu Sungai Utara’, *Inovatif*, 4(2), pp. 44–92.
- Dalam, W. (2020) ‘Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1.’, *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), pp. 6–25.
- Fadillah, H. (2023) ‘PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER YAMAHA SURYANATA AMUNTAI’, *INOVATIF*, 5(2), pp. 1–12.
- Fadillah, H. and Hairudinor, H. (2022) ‘Daya Saing UMKM Untuk Mengikuti Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah di Kabupaten Hulu Sungai Utara’, *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(2), pp. 30–38.
- GOOD, G. (2015) ‘濟無No Title No Title No Title’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), pp. 39–56.
- Hartono, A. (2017) ‘Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran the Naked Crab Surabaya’, *Encyclopedia of Systems Biology*, pp. 1646–1646.
- Hasanah, N. (2023) ‘PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KATERING SHOBIA DI KELURAHAN SUNGAI MALANG KECAMATAN AMUNTAI TENGAH’,

INOVATIF, 5(2), pp. 41–48.

Hasanah, N. and Jainah, J. (2022) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MEDEL ALUMINIUM DI DESA SUNGAI DURAIT TENGAH KECAMATAN BABIRIK KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA (STUDI KASUS PADA BAPAK YANUR)', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 45–54.

Hasanah, N. and Sa'diah, H. (2022) 'PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PLN (PERSERO) ULP DAHA KECAMATAN DAHA UTARA KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN', *INOVATIF*, 4(2), pp. 1–17.

KresnamurtiRivaiP, A., Suneni and Febrilia, I. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab', *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), pp. 204–225.

Kurniawan, Y.J. *et al.* (2023) *Digitalisasi manajemen keuangan*. Cendikia Mulia Mandiri.

Latte, J. (2023) 'PENGARUH KOMPENSASI FINANSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN KOPERASI KONSUMEN TIRTA KANDILO KABUPATEN PASER', *INOVATIF*, 5(2), pp. 13–26.

Latte, J. and Manan, A. (2022) 'Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara', *INOVATIF*, 4(1), pp. 35–44.

Nugroho, P. (2018) 'Bab I' 'بأحض خ', *Galang Tanjung*, (2504), pp. 1–9.

Purwanto, F. (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta', *Thesis*, pp. 1–23.

Rifani, J. and Azimah, S.H. (2022) 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tahu Baso dan Tahu Walik Si Jack di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Inovatif*, 4(2), pp. 28–33.

Rifani, J. and Azimah, S.H. (2023) 'EFEKTIVITAS PRODUKSI UKM DALAM UPAYA MENINGKATKAN LABA (STUDI KASUS MAKARONI GULA MERAH MAMA ASMI)', *INOVATIF*, 5(1), pp. 24–30.

Sugiyono (2018) 'Bab Iii (3)', *Metodologi Penelitian*, p. 102.

Yudianto, A. (2021) 'ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERN PEMBERIAN KREDIT PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT CANDI AGUNG AMUNTAI', *INOVATIF*, 3(2).

Yudianto, A. (2023) 'STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PENGALAMAN PENGUSAHA DALAM MEMILIH SUMBER PEMBIAYAAN PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), pp. 74–89.

Yudianto, A. and Munawarah, M. (2022) 'PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PANGSA PASAR PADA SASIRANGAN E-COMEL DESA TELAGA SARI KOTA AMUNTAI', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 1–15.