

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Bebek Merek Honda Di Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

Febry Dwi Prasetyo
0612010314 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2009**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Bebek Merek Honda Di Surabaya)**

Yang diajukan

Febry Dwi Prasetyo
0612010314 / FE / EM

disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Drs. Ec. RA.Suwaidi, MS

Tanggal :.....

Mengetahui
Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Drs. Ec. Saiful Anwar, MSi
NIP. 030 194 437

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum WrWb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan HidayahNya telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dalam jenjang strata satu fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Bebek Merek Honda di Surabaya)**”.

Dalam menulis skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi , bimbingan , saran serta dorongan moril yang baik langsung maupun tidak langsung sampai terselesainya penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr . Ir Teguh Soedartono, MP selaku Rektor Universitas Pembagunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur
2. Bapak DR. Dhani Ichsanudin Nur, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembagunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, serta selaku pembimbing utama yang dengan kerelaan hati telah memberikan bimbingan dan petunjuk serta pikirannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut . S, MS selaku ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembagunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Ayah dan Ibu tercinta serta adik-adikku yang selalu memberikan restu, dukungan dan doanya selama penulis menempuh kuliah sampai dengan menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan limpahan berkah, rahmat dan hidayahNya kepada semua pihak yang telah membantu penulis.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini , untuk itu penulis menghargai segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun karena hal tersebut. Sangat membantu menghantarkan pada kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PEGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2.2. Manajemen Pemasaran	12
2.2.3. Konsep Pemasaran	13
2.2.4. Produk.....	13
2.2.4.1. Pengertian Produk	13
2.2.4.2. Klasifikasi Produk	14
2.2.4.3. Kualitas Produk	16
2.2.4.4. Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.2.5. Kepuasan Konsumen	18

2.2.5.1.	Atribut Pembentuk Kepuasan Pelanggan	19
2.2.6.	Loyalitas Konsumen	21
2.2.6.1.	Atribut Pembentuk Loyalitas Pelanggan	22
2.2.6.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ..	23
2.2.7.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.2.8	Kerangka Konseptual	27
2.3.	Hipotesis	28
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1.	Kualitas Produk.....	29
3.1.2.	Kepuasan Kosumen	31
3.1.3	Loyalitas Pelanggan	33
3.2.	Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.3.	Teknik Penentuan Sampel	34
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1.	Jenis Data	37
3.4.2.	Sumber Data	38
3.3.3.	Pengumpulan Data	38
3.5.	Teknik Analisis Uji Hipotesis	39
3.5.1.	Teknik Analisis SEM	39
3.5.2.	Asumsi Model (Struktur Equation Model)	41
3.5.3.	Pengujian Hipotesis Kausalitas	43
3.5.4.	Pengujian Model dengan One Step Approach	43
3.5.5.	Pengujian Model dengan One Step Approach-Modification...	44
3.5.6.	Evaluasi Model	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.1.2. Deskripsi Performance	51
4.1.3. Deskripsi Features	52
4.1.4. Deskripsi Conformance To Specification.....	53
4.1.5. Deskripsi Durability	54
4.1.6. Deskripsi Serviceability	55
4.1.7. Deskripsi Estetika	56
4.1.8. Deskripsi Value to Price Relationship	57
4.1.9. Deskripsi Warranty	58
4.1.10. Deskripsi Reliability	59
4.1.11. Deskripsi Resolutin Problem	60
4.1.12. Deskripsi Loyalitas Pelanggan	61
4.2. Analisis Data	63
4.2.1. Evaluasi Outlier	63
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas	65
4.2.3. Evaluasi Validitas	67
4.2.4. Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted	68
4.2.5. Evaluasi Normalitas	70
4.2.6. Analisis Model One-Step Approach to SEM	71
4.2.7. Uji Kausalitas	74
4.3. Pembahasan	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Sepeda Motor Bebek Di Surabaya Pada Tahun 2008	3
Tabel 2.1. Data Tingkatan Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Bebek di Surabaya Tahun 2008.....	4
Tabel 3.1. Goodness fit index	48
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Performance	51
Tabel 4.6. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Features	52
Tabel 4.7. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Conformance to Specification	53
Tabel 4.8. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Durability	54
Tabel 4.9. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Serviceability	55
Tabel 4.10. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Estetika	56
Tabel 4.11. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Value to Price Relationship	57
Tabel 4.12. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Warranty	58
Tabel 4.13. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Reliability.....	59
Tabel 4.13. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Reliability.....	59
Tabel 4.14. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Resolution Problem.....	60
Tabel 4.15. Frekuensi hasil jawaban responden mengenai Loyalitas.....	61

Tabel 4.16. Outlier data	64
Tabel 4.17. Reliabilitas data	66
Tabel 4.18. Validitas data	67
Tabel 4.19. Construct reliability dan Variance extracted	69
Tabel 4.20. Normalitas data	70
Tabel 4.21. Evaluasi criteria Goodness of fit indices Model One-Step Approach-Base Model	72
Tabel 4.22. Evaluasi criteria Goodness of fit indices Model One-Step Approach-Modifikasi	73
Tabel 4.23. Hasil uji kausalitas	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural One Step Approach – Base Model	72
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural One Step Approach- Modifikasi	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuisisioner

LAMPIRAN 2. Hasil Analisis data

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN
(Pada Pengguna Sepeda Motor Bebek merek Honda Di Surabaya)**

Oleh :

Febry Dwi Prasetyo

0612010314/FE/EM

ABSTRAKSI

Perkembangan perekonomian saat ini telah tumbuh dengan sangat cepat. Dalam bidang ekonomi, pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam suatu usaha. Saat sekarang ini strategi pemasaran yang digunakan oleh para pengusaha lebih berorientasi pada konsumen. Akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk dipasaran. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin lama semakin kompleks dan selalu berubah-ubah seiring perkembangan jaman. Adapun untuk tetap mempertahankan pelanggan agar tetap setia yaitu dengan cara memuaskan pelanggan tersebut dengan memberikan produk-produk yang berkualitas, maka untuk itu ada dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah 1. Diduga kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi kualitas suatu produk maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi. 2. Diduga kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin konsumen merasa terpuaskan maka semakin besar tingkat kesetiaan/loyalitas pelanggan tersebut kepada produk yang dikonsumsi.

Maka dengan adanya fenomena diatas maka peneliti bertujuan untuk menggali informasi apakah kualitas suatu produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan apakah kepuasan konsumen berpengaruh juga terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor bebek merek Honda di wilayah Surabaya.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuisioner kepada pengguna motor bebek merek Honda sebanyak 110 kuisioner. Untuk pengujian data menggunakan analisis SEM (Struktural Equation Model). Teknik pengukuran variabel menggunakan skala interval, dengan memakai metode perbedaan semantic (semantic differentials scale).

Dari hasil uji kausalitas didapatkan hasil bahwa faktor kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan faktor kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan,

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Pelanggan.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian saat ini telah tumbuh dengan sangat cepat. Dalam bidang ekonomi, pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam suatu usaha. Saat sekarang ini strategi pemasaran yang digunakan oleh para pengusaha lebih berorientasi pada konsumen. Akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk dipasaran. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin lama semakin kompleks dan selalu berubah-ubah seiring perkembangan jaman. Dengan menggali informasi sebanyak yang diperlukan, mengidentifikasi dan memperkirakan kebutuhan konsumen sekarang maupun masa mendatang agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Setiap produk harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya. Keunggulan ini dengan memberikan nilai yang tinggi terhadap konsumen, dalam pencapaian nilai tersebut dapat dilakukan dengan menanamkan kualitas produk yang kuat terhadap konsumen.

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat

berpengaruh. Oleh karena itu dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan konsumen

Menurut Goetch dan Davis sebagaimana dikutip Ariani (2003 : 8) “kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan”. Oleh karena itu jika konsumen menerima produk melebihi harapannya konsumen tersebut bisa dikatakan puas. Namun jika konsumen menerima produk kurang atau tidak sama dengan harapannya, maka konsumen akan mengatakan produk kurang memuaskan.

Selain itu, menurut Ariyani (2003:9) kualitas memerlukan proses perbaikan secara terus-menerus yang dapat diukur, baik secara individual, organisasi, korporasi, dan tujuan kinerja nasional. Dukungan manajemen, karyawan, dan pemerintah untuk perbaikan kualitas adalah penting bagi kemampuan berkompetisi secara efektif di pasar global.

Dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menetapkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Di bidang otomotif atau khususnya di bidang produk sepeda motor. Belakangan ini produksi sepeda motor di Indonesia kian marak dengan banyaknya produsen baru yang masuk dari berbagai Negara, misalnya dari India dan Jerman. Yang telah masuk menyusul kompetitornya yang telah hadir terlebih dahulu di Indonesia sebut saja Honda, Yamaha, Suzuki,

Kawasaki, dll. Hal tersebut membuat persaingan di bidang otomotif semakin ramai, karena hampir dipastikan hanya pabrikan Honda yang \pm 30 tahun menjadi *market leader* di Indonesia.

Tetapi pada tahun 2008, pabrikan Honda yang menjadi *top of main* dan merajai pasar sepeda motor di tanah air mendapatkan perlawanan sekaligus peringatan dari rivalnya yaitu Yamaha yang berhasil mendekati total penjualan sepeda motor Honda di tahun 2008.

Tabel 1.1 : Tabel data penjualan sepeda motor bebek di Surabaya tahun 2008

Merek	Total Penjualan	Presentase
Honda	208.266	43.3 %
Yamaha	206.992	40.7 %
Suzuki	36.074	13.8 %
Lainnya	6.000	3.2 %

Data : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) Kacab Surabaya
 Sumber : www.dark-blood-896.blogspot.com

Dari data yang diperoleh dari situs okezone.com menunjukkan bahwa hanya dua perusahaan yang bersaing secara signifikan di tahun 2008. adapun dua perusahaan itu adalah Honda dengan total penjualan sebanyak 2.874.576 atau sekitar 46,3 % dan disusul dengan Yamaha yang berhasil menjual produknya sebesar 2.465.546 atau sekitar 39,7 %.

Keberhasilan Yamaha dalam mendekati penjualan Honda tak lepas dari kualitas produk atau sepeda motor yang diciptakan oleh Yamaha.

Pabrikan Yamaha sangat meyakini bahwa pembenahan pada kualitas produk bisa meningkatkan penjualan produk.

Hal tersebut di buktikan pada tahun 2008 oleh majalah Ototrend yang melakukan riset tentang tingkat kepuasan kualitas sepeda motor dan kepuasan pelanggan yang bertujuan menilai produk sepeda motor mana yang paling berkualitas.

Dari data majalah Ototrend edisi January 2009 terlihat bahwa Yamaha unggul dari Honda untuk kualitas produk dan kepuasan konsumennya.

Tabel 1.2 : Tabel tingkatan kualitas produk dan kepuasan konsumen pada produk sepeda motor bebek di Indonesia tahun 2008

<i>Merk</i>	<i>Quality Satisfaction Score</i>	<i>Costumers Satisfaction Score</i>
Yamaha	4.339	4.226
Honda	4.188	4.105
Suzuki	3.953	3.844
kawasaki	3.831	3.703

Data : Hasil survey LITBANG Tabloid Oto Trend (Jawa Post Group)

Sumber : www.ototrend.com or Searching in google with keyword "kepuasan pengguna sepeda motor di Surabaya pada tahun 2008"

Karena kepuasan kualitas ada dua indikator yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, maka untuk penilaian terhadap sepeda motor bebek ini kualitas produk yang kami pilih sebagai variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Oleh karena penciptaan produk berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan. Semakin berkualitas suatu produk yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi.

Oleh karena itu menurut Garvin dalam Tjiptono (2003 : 27) mendefinisikan delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk dan meningkatkannya, dimensi-dimensi tersebut adalah *Performance, Fetures, Reliability, Conformance, Durability, Serviceability, Estetika, dan Perceived quality*. Namun dalam penelitian ini hanya mengambil enam dari delapan dimensi yang disesuaikan dengan jenis produk. Keenam dimensi tersebut adalah *Performance, Features, Conformance to specifications, Durability, Estetika, Serviceability*.

Sedangkan untuk mengukur dan meningkatkan kepuasan pelanggan, menurut Kawkins dan Lonney dalam Prasetyohadi (2007:17) dalam tingkat kepuasan konsumen, terdapat delapan faktor pembentuk kepuasan konsumen, yaitu *Value to Price Relationship, Product Quality, Product features, Reliability, Warranty, Resolution Problem, Sales Experience, Convenience of Acquisition*. Dalam penelitian ini, tidak semua atribut-atribut diatas digunakan. Akan tetapi harus dipilih yang sesuai dengan jenis produk. Adapun atribut dari kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Value to Price Relationship
2. Warranty
3. Reliability
4. Resolution Problem

Dengan begitu fenomena yang terlihat dari data diatas yaitu kalahnya kualitas produk Honda dari Yamaha berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen produk Honda yang juga mengalami kekalahan dari yamaha. Serta jika dihubungkan dengan penjualan akan menciptakan fenomena baru yaitu pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor bebek merek honda.

Ruang lingkup penelitian ini adalah di wilayah kota Surabaya. Dengan alasan di pilihnya area kota Surabaya sebagai ruang lingkup penelitian karena banyaknya masyarakat Surabaya yang menggunakan sepeda motor bebek merek Honda. Dengan banyaknya jumlah masyarakat yang menggunakan sepeda motor bebek merek Honda maka di harapkan akan banyak informasi-informasi yang kami dapatkan untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian ini.

Maka dengan adanya fenomena diatas maka peneliti bermaksud untuk menggali informasi apakah kualitas suatu produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan apakah kepuasan konsumen berpengaruh juga terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor bebek merek Honda di wilayah Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan pada penelitian ini adalah :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor bebek merek Honda di wilayah Surabaya?
- b. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor bebek merek Honda di wilayah Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna sepeda motor bebek merek Honda di wilayah Surabaya .
- b. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pengguna sepeda motor bebek merek Honda di wilayah Surabaya .

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini berkaitan dengan pihak-pihak yang terkait dengan penulisan skripsi ini. Pihak-pihak yang terkait tersebut adalah :

a. Bagi Manajemen Perusahaan

Dengan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan

pada produk sepeda motor bebek merek Honda, maka pihak manajemen dapat mengadakan berbagai perubahan-perubahan yang akan lebih menyempurnakan strategi yang telah diterapkan. Sehingga akan berdampak pada meningkatnya keuntungan yang diraih.

b. Bagi Penulis

Sebagai bahan studi perbandingan antara teori yang diterima dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan (Aplikasi teori dan praktek).

c. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Untuk menambah bahan referensi perpustakaan bagi para mahasiswa peneliti berikutnya yang mengambil obyek penelitian yang sama serta mengambil masalah yang relevan.