



PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Pipih Lutpiah, Achyar Eldine, Leny Muniroh, dan Hendri Maulana
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia
pipihlutpiah@gmail.com, achyar@gmail.com, lenymuniroh@gmail.com, endry@uika-bogor.ac.id

Abstract

This study aims to determine how much influence the brand image and product quality have on consumer satisfaction of brick shoes. Compilers used quantitative analysis methods, which were obtained from a questionnaire of 100 respondents which were processed into regression values, correlation, T test, F test, determination test. Based on the results of the research that has been done, it is concluded that the results of the F test show that the significant value of the effect of brand image and product quality on customer satisfaction is $0,000 < 0,05$ and the F value counts $89,326 > f$ table $3,089$ so that it can be concluded that H3 is accepted. It means that there is an effect of brand image and product quality on customer satisfaction.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepatu bata. Penyusun menggunakan metode analisis kuantitatif, yang diperoleh dari kuesioner sebanyak 100 responden yang diolah menjadi nilai regresi, korelasi, uji T, uji F, uji determinasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, mendapatkan kesimpulan bahwa hasil uji F diketahui nilai signifikan pengaruh citra merek dan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $89,326 > f$ table $3,089$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya terdapat pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

I. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini trend fashion semakin berkembang salah satunya yaitu sepatu, sepatu menjadi suatu barang yang wajib punya setiap orang karena akan melengkapi penampilan disetiap kesempatan sehingga membuat semua orang tidak hanya memiliki satu sepatu saja akan tetapi memiliki lebih dari satu hal ini meningkatkan adanya banyak model sepatu dipasaran. Sepatu merupakan barang yang sangat berguna bagi kehidupan sehari-hari yaitu untuk sekolah, olahraga, atau pun untuk bepergian. pemakaian sepatu pada jaman sekarang ini menjadi salah satu fashion sehingga menjadi gaya hidup masyarakat modern saat ini.

Citra merek merupakan gambaran pada suatu merek yang mampu memberikan persepsi kepada konsumen tentang kualitas dan kuantitas yang mereka miliki.

Kualitas produk adalah salah satu nilai yang meyakinkan konsumen terhadap suatu produk baik dari sisi kegunaan ataupun tampilan.

Kepuasan konsumen adalah salah satu nilai yang didapat terhadap konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan sebuah merek.

Citra merek dan kualitas produk menentukan keberhasilan sebuah perusahaan karena dengan merek yang sudah terkenal dan kualitas produk yang baik tidak akan ada lagi keraguan bagi konsumen untuk membelinya

Rumusan Masalah

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

II. Metode Penelitian

Jenis data, yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data diperoleh dari hasil sebar kuesioner

dengan 16 butir pertanyaan kepada konsumen sepatu bata.

Metode analisis pada penelitian ini data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji t dan uji f yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen.

Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya.

H1 : Diduga citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3 : Diduga citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

III. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini penyusun ingin mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen peneliti, dengan menggunakan 100 kuesioner kepada konsumen sepatu bata.

Hasil

Uji validitas

Uji validitas terhadap citra merek

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Citra Merek

Butir Kuesioner	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
X1.1	0,783	0.195	Valid
X1.2	0,761	0.195	valid
X1.3	0,694	0.195	Valid
X1.4	0,654	0.195	Valid
X1.5	0,691	0.195	Valid
X1.6	0,782	0.195	Valid

Sumber: Hasil olah data

Hasil dari table diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dengan nilai korelasi r-hitung > r-tabel dengan r-tabel = 0,195 yang berarti (X1) Citra merek dengan 6 pertanyaan dinyatakan valid.

Uji validitas terhadap kualitas produk

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Butir Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2.1	0,707	0.195	Valid
X2.2	0,761	0.195	Valid
X2.3	0,785	0.195	Valid
X2.4	0,847	0.195	Valid

Sumber: Hasil olah data

Hasil dari table diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dengan nilai r-hitung, > r-tabel dengan r-table 0,195 yang berarti (X2) Kualitas Produk dengan 4 butir pertanyaan dinyatakan valid.

Uji validitas Kepuasan Konsumen

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y1	0,711	0.195	Valid
Y2	0,619	0.195	Valid
Y3	0,815	0.195	Valid
Y4	0,804	0.195	Valid
Y5	0,806	0.195	Valid
Y6	0,761	0.195	Valid

Sumber: Hasil olah data

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dengan nilai r-hitung > r-tabel dengan r-tabel 0,195 yang berarti (Y) Kepuasan Konsumen dengan 6 pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas pada penelitian ini adalah menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan nilai signifikan yang digunakan sebesar 0,6 yang dimana jika nilai Cronbach Alpha melebihi nilai 0,6 maka instrument tersebut dinyatakan reliable.

Uji reabilitas terhadap citra merek

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Citra Merek.

Cronbach's Alpha	N of items
0,782	7

Sumber: Hasil olah data

Uji reabilitas terhadap kualitas produk

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of items
0,808	5

Sumber: Hasil olah data

Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen

Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of items
0,789	7

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas yaitu uji reabilitas citra merek, uji reabilitas kualitas produk, uji reabilitas kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,06 yang berarti variable penelitian yang digunakan ini dinyatakan reliable.

Analisis Korelasi

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi

		Correlations		
		Citra merek	Kualitas produk	Kepuasan konsumen
Citra merek	Pearson Correlation	1	.754**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	90	90	90
Kualitas produk	Pearson Correlation	.754**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	90	90	90
Kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.703**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data

1. Dari hasil perhitungan tabel diatas nilai signifikansi antara citra merek dengan kepuasan konsumen sebesar $0.000 < 0.05$ maka berkorelasi.
2. Dari hasil perhitungan tabel diatas nilai kualitas produk dengan kepuasan konsumen sebesar $0.000 < 0.05$ maka berkorelasi
3. Dari hasil perhitungan menggunakan spss r hitung untuk hubungan citra merek dengan kualitas produk adalah $0.703 > r$ tabel 0.270 maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi antara variabel citra merek dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std Error			
(Conatant)	1.72	1.538		1.115	.268
Citra Merek	.299	.110	.252	2.749	.007
Kualitas Produk	.910	.143	.598	6.526	.000

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1.410 menyatakan apabila X1 dan X2 memiliki nilai, maka nilai darai Y adalah 1.410
2. Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0.234 menyatakan bahwa X1 memberikan pengaruh positif terhadap Y. Artinya semakin baik citra merek maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi variabel X2 sebesar 1.036 menyatakan bahwa X2 memberikan pengaruh positif

Pipih lutpiah, Achyar Eldine, Leny Muniroh, dan Hendri Maulana

terhadap Y. Artinya semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.641

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Citra

merek

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,648, maka hal ini berarti bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh terhadap variabel Y adalah 64,8 %

Uji T

Pengujian hipotesis

Jika nilai, $sig < 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka H_a diterima

Mencarai nilai t tabel = $t (a/2 ; n-k-1) = t (0,025;97) = 1.98472$

Tabel 10. hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std Error			
(Conatant)	1.72	1.538		1.11	.268
Citra Merek	.299	.110	.252	2.74	.007
Kualitas Produk	.910	.143	.598	6.52	.000

Sumber: Hasil olah data

- A. Pengujian Hipotesis Pertama (H1) Diketaui nilai Sig untuk pengaruh X1 terhadap Y yaitu sebesar $0,007 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.749 > t$ tabel 1.98472 , sehingga artinya

bahwa H1 diterima berarti terdapat, pengaruh X1 terhadap Y.

B. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui Signifikan untuk pengengaruh, X2 terhadap Y yaitu sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $6.526 > t$ table 1.98472, sehingga idapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti, terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Uji f

Pengujian hipotesis

Jika nilai sig < 0.05 atau f hitung $> f$ tabel maka Ha diterima

Jika nilai > 0.05 tau f hitung $< f$ tabel maka Ha' ditolak

F table = f (k ; n-k) = f (2:98) = 3.089

Tabel 10 hasil uji f

Model	Sum fo S quarea	D F	Mean S quare	F	Si g
Regressio n	635.599	2	317.7 79	89.3 26	.0 00
Residual	345.081	97	3.558		
Total	980.640	99			

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan hasil tabel Anova diatas diketahui nilai signifikan untukk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y yaitu sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai f hitung $89.326 > f$ tabel 3.089, maka dapat diartikan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh, X1 dan X2 terhadap Y.

IV. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Pada kesimpulan skripsi ini penyusun akan memaparkan bebepara kesimpulan dan hasil pembahasan tentang Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada konsumen sepatu bata di Bogor) sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang telah saya uji melalui Uji t, diketahui nilai signifikan untuk pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $0,007 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,749 > t$ tabel 1.98472. maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil yang telah saya uji melalui uji t, diketahui signifikan untuk pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6.526 > t$ tabel 1.98472. maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang artinya terdapat, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil dari Uji f diketahui nilai signifikan pengaruh citra merek dan kualitas ,produk terhadap kepuasan, konsumen yaitu sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai f hitung $89,326 > f$ tabel 3,089 maka dapat diartikan bahwa H3 diterima yang artinya berarti terdapat pengaruh citra merek dan kulitas produk secara simultann terhadap Y.

Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan dengan tiga variabel yang saya miliki, mengatakan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap sauatu brand atau merek.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh dari 100 responden konsumen sepatu bata rata-rata memberikan respon yang sangat baik terhadap citra merek dan kualitas produk. Penulis menyarankan agar perusahaan meningkatkan dan mempertahankan kualitas sepatu bata dan juga menjaga citra merek perusahaan agar tetap mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669. <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.35126/ilman.v5i1.22>
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN*. Alfabeta.cv.