



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2022: 1881-1886

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Kualitas Produk The Originote Terhadap Kepuasan Konsumen

Muhammad Rafi Hilmi¹, Anisa Larasati^{2*}, Fauzan Adzima³

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang^{1,2,3}

rafihilmi03@gmail.com¹, anisaaalarasatiii@gmail.com², fauzanadzimahasuna@gmail.com³

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar hubungan dan pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dan objek pada penelitian ini adalah produk The Originote. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat dan positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai r-squared menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka disarankan agar pelanggan dapat memilih produk yang ditawarkan yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapannya sehingga benar-benar yakin dalam menggunakan produk tersebut agar tidak kecewa setelah melakukan pembelian.</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas produk, kepuasan konsumen</p>	<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>This study aims to determine and analyze how much the relationship and influence between product quality on customer satisfaction, and the object of this research is The Originote product. The research results obtained show that there is a fairly strong and positive relationship between product quality and customer satisfaction. Meanwhile, the r-squared value states that product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. Thus, the hypothesis in this study is accepted. Based on the conclusions obtained, it is recommended that customers can choose the products offered that have good quality and are in accordance with their needs, wants and expectations so that they are completely confident in using these products so that they are not disappointed after making a purchase.</i></p>
<p>Keywords: Product quality, customer satisfaction</p>	

PENDAHULUAN

Kesadaran akan perawatan diri yang semakin meningkat, ditambah dengan jumlah yang besar, membuat pasar yang menguntungkan. Tidak mengherankan jika hal ini mendorong pertumbuhan industri kecantikan dan kesehatan nasional. Perusahaan-perusahaan kosmetik pun ikut tumbuh dan berkembang, termasuk menjamurnya berbagai merek kosmetik lokal. Merujuk pada data yang dilansir Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), telah terjadi peningkatan jumlah pelaku usaha kosmetik dari 819 di tahun 2021 menjadi 913 di tahun 2022, hal ini setara dengan pertumbuhan sebesar 20,6% di tahun 2022.

Oleh sebab itu salah satu faktor produk The Originote viral dan ramai diperbincangkan, The Originote merupakan merek lokal yang didirikan pada tahun 2021 dan mendapatkan registrasi BPOM

pada bulan April 2022 lalu. Dalam tulisan Alfin Pratama pada artikel Infobrand.id yang berjudul ‘The Originote Konsisten Hadirkan Produk Skincare Berkualitas dengan Harga Terjangkau’, hingga saat ini misi yang dijalankan The Originote untuk menyediakan produk perawatan kulit yang memiliki kualitas tinggi dan terjangkau, dengan tujuan untuk mengatasi masalah kulit yang umum dialami oleh masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah beriklim tropis.

Data Kompas menunjukkan produk Hyalucera Gel bahkan menjadi kontribusi terbesar untuk The Originote dengan menyumbang 638 ribu transaksi selama Januari-November 2023. Menariknya, produk dengan kandungan Hyalucera & Ceramide milik The Originote dijual dengan harga Rp42.000, dimana harga rata-rata dari kompetitor adalah Rp94.400 (rata-rata dengan produk yang sama dalam ukuran 50ml). Hal ini menjadi sorotan utama karena The Originote mampu menawarkan harga yang sangat kompetitif di pasar, sehingga per November 2023 The Originote menjadi market leader di kategori produk Pelembab Wajah dengan pangsa pasar 16% dalam pantauan Kompas Dashboard.

The Originote juga memiliki kualitas yang sudah teruji dengan legalitas BPOM, lalu apakah dengan adanya legalitas BPOM bisa menjamin kualitas produk tersebut untuk meningkatkan kepuasan konsumen? Upaya The Originote untuk bisa meningkatkan kepuasan konsumen tidak hanya dengan menggunakan legalitas BPOM, tetapi adanya penggunaan komposisi berkualitas yang terdapat di dalam produk The Originote.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Kotler dan Keller (2009: 143) sedangkan menurut Kotler and Armstrong (2012: 283) kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang mencakup daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, serta atribut berharga lainnya. Menurut Wijaya (2011) Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen, Untuk itu kualitas produk harus ditangani oleh bagian pengendalian kualitas dalam perusahaan mulai dari pengendalian bahan baku, pengendalian kualitas proses produksi sampai produk siap untuk dipasarkan (Assauri, 2008:211). Menurut Prawirosentono (2007:5) menjelaskan pengertian kualitas suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah di keluarkan. Menurut Harsanto (2013:76) menjelaskan kualitas adalah terpenuhinya atau terlampuinya ekspektasi pelanggan melalui produk yang perusahaan berikan. Sedangkan menurut Sumayang (2007:272) Statistical Quality Control (SQC) adalah pengendalian kualitas yang menggunakan statistic sederhana untuk mengenali dan menghilangkan penyimpangan yang tidak acak atau menghilangkan penyimpangan yang terjadi sekali-kali pada proses produksi.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Harga merupakan salah satu faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga menurut (Lewis, 1997) Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:75) definisi kepuasan adalah: Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Tjiptono (2014:353), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai, Menurut Armistead dan Clark (Adi, 2017) kepuasan konsumen merupakan suatu konsep pemasaran dan sudah melalui penelitian para konsumen. Sudah menjadi pendapat secara umum bahwa seorang konsumen akan merasa puas dengan suatu produk atau merek yang ditawarkan, mereka akan

cenderung terus membeli dan menggunakan produk kita juga akan memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk-produk kita. Jika mereka tidak puas dengan pelayanan dan produk kita maka mereka akan cenderung beralih merek dan juga mereka akan melakukan komplain terhadap pemasar.

METODE

Dalam penelitian ini diterapkan metode pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif yang dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan kualitas produk The Originote terhadap kepuasan konsumen. Penelitian metode kuantitatif menurut Sarmanu dalam Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika (2017), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan menguji teori yang selama ini berlaku apakah benar atau salah. Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan bukan untuk menguji teori, tetapi menemukan konsep atau teori.

Subjek penelitian ini yaitu produk the originote yang memanfaatkan kualitas produknya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, metode pengumpulan data yang digunakan dengan mempelajari dari hasil kuesioner melalui google form dengan responden sebanyak 64 orang dengan kategori responden dengan minimal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Persamaan Regresi

Dalam konteks regresi linier sederhana, model persamaan regresi menggambarkan hubungan antara satu variabel bebas (prediktor) dan satu variabel terikat (respon) dalam bentuk garis lurus. Tujuan utama dari model persamaan regresi linier sederhana adalah untuk memprediksi atau menjelaskan nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diberikan. Model persamaan regresi linier sederhana memiliki bentuk matematis:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Tujuan dari model persamaan regresi linier sederhana adalah untuk menemukan garis lurus yang paling cocok yang menggambarkan hubungan antara XX dan YY . Koefisien regresi β_0 dan β_1 diperkirakan menggunakan teknik seperti metode kuadrat terkecil (OLS), yang berusaha untuk meminimalkan jumlah kuadrat kesalahan antara nilai-nilai yang diamati dan nilai-nilai yang diprediksi oleh model.

Setelah model regresi dibangun, analisis statistik seperti uji signifikansi koefisien regresi, uji keseluruhan signifikansi model, dan evaluasi goodness-of-fit (seperti koefisien determinasi) dapat dilakukan untuk mengevaluasi kecocokan model terhadap data. Model persamaan regresi linier sederhana yang baik harus memiliki koefisien regresi yang signifikan secara statistik dan mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam variabel dependen YY dengan mempertimbangkan variabel independen XX .

Tabel 1. Uji Koefiensi Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.185	1.336		1.635	.107
Kualitas Produk	.858	.071	.838	12.090	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsum

Output Bagian Keempat (Coefficients): Diketahui nilai Constant (a) sebesar 2,185, sedang nilai Kepuasan Konsumen (b/koefisien regresi) sebesar 0,858, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a-bX$$

$$Y = 2,185 + 0,458X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

Kostanta sebesar 2,185, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Partisipasi adalah sebesar 2,185

Koefisien regresi X sebesar 0,458 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Produk, maka nilai Partisipasi bertambah sebesar 0,458. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

Uji Hipotesis

Dalam konteks regresi linier sederhana, uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah koefisien regresi yang diestimasi signifikan secara statistik atau tidak. Tujuan utama pengujian hipotesis dalam konteks regresi linier sederhana adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (prediktor) dan variabel dependen (respon). Dalam pengujian hipotesis regresi linier sederhana, hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Koefisien regresi (β_1) sama dengan nol, artinya tidak ada hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Untuk menguji hipotesis ini, kita dapat menggunakan statistik uji t. Statistik uji t dihitung dengan membagi perkiraan koefisien regresi dengan standar error koefisien regresi. Statistik uji t tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai kritis dari distribusi t dengan derajat kebebasan yang sesuai. Jika nilai statistik uji t lebih besar dari nilai kritis, maka kita dapat menolak hipotesis nol (H_0) dan menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya, jika nilai statistik uji t tidak lebih besar dari nilai kritis, kita gagal menolak hipotesis nol, yang berarti tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

Dengan demikian, tujuan dari pengujian hipotesis dalam konteks regresi linier sederhana adalah untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak, serta untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan tersebut.

Tabel 2. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.185	1.336		1.635	.107
	Kualitas Produk	.858	.071	.838	12.090	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsum

Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t hitung sebesar $12,090 > t$ tabel $1,671$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Catatan: cara mencari t tabel

t tabel =

= $(0,05 : 53-1-1)$

$(0.050:62)$ [Dilihat pada distribusi nilai tabel]

= $1,671$

Uji Koefisien Determinasi

Tabel determinasi adalah tabel yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi linier cocok dengan data yang diamati. Tabel ini memberikan informasi mengenai seberapa besar variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi. Pada umumnya, tabel determinasi memberikan nilai koefisien determinasi (R-squared), yaitu proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Nilai yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa model regresi semakin baik dalam menjelaskan variabilitas data. Nilai 0 berarti model regresi tidak menjelaskan variabilitas sama sekali, sedangkan nilai 1 menunjukkan bahwa model regresi menjelaskan semua variabilitas data.

Selain itu, tabel determinasi juga dapat menyertakan informasi mengenai statistik penting lainnya, seperti F-statistic dan p-value yang berhubungan dengan signifikansi keseluruhan model regresi. Hal ini membantu peneliti atau analis untuk menentukan seberapa baik model regresi menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Tabel 3. Uji Koefisiensi Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.697	2.12382

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,838 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) Sebesar 0,702 , yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas (Kualitas Produk) terhadap variable terikat (partisipasi) adalah sebesar 70,2%

Sedangkan sisanya yaitu 29,8% diterangkan variabel lain diluar model yang tidak termasuk penelitian ini

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang menggunakan metode linier sederhana terbukti bahwa peningkatan kualitas produk the originote dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, melalui hasil kuesioner dengan melibatkan responden yang berjumlah 64. qa diharapkan untuk para peneliti selanjutnya agar menyempurnakan jurnal yang akan dibuat dengan bertujuan untuk mendapatkan hasil jurnal yang lebih baik.

REFERENSI

- Arianti, M. S., Rahmawati, E., & Prihatiningrum, R. R. Y. (2020). Analisis pengendalian kualitas produk dengan menggunakan statistical quality control (SQC) pada usaha amplang karya bahari di Samarinda. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 9(2), 1-13.
- Dwitri Waluyo. (2024) *Indonesia.Go.Id Kinclong Industri Kosmetik Tanah Air*
- Irene Yustika Lintin. (2024) *Compas.co.id Bedah Data Brand Viral: The Originote & Oatside dalam Markplus Conference 2024*
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Laily, I. N. (2022). Pengertian Penelitian Kuantitatif, Karakteristik dan Jenisnya. Sumber: *Ekonopedia*
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Naomi Adisty. (2022) *GoodStats.id Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*
- Praestuti, C. (2020). Marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada mama-mama penjual noken di oyehe kabupaten nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21-24.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117-1127