

Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi PLITA Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT

Elisabeth Ema Doreina Hekin¹, Ferry Hariawan²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email : ernnahekinaputry@gmail.com¹
Koresponden : ferry@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

"PLITA" cashew nuts are one of the cashew nut products produced by the Puna Liput Padung Tawa Producers Cooperative (KOPSEN PLITA) which is located in Leworahang - NTT. The PLITA Producers Cooperative is a business cooperative. One of the products that is cultivated is cashew nuts and is the superior product of the cooperative. The purpose of this study is to (1) whether promotion has an effect on consumer satisfaction. (2) To find out whether price has an effect on customer satisfaction. (3) To determine whether product quality has an effect on customer satisfaction. (4) To determine whether promotion, price and product quality simultaneously influence customer satisfaction. In this study, the population of the study were all PLITA cashew nut product consumers. The population taken in this study is Lewolema District, East Flores Regency - NTT. The sample used was 50 respondents. The results of this study are: Promotion (X1) has a significant impact on customer satisfaction, Price (X2) has a significant effect on customer satisfaction, Product Quality (X3) has a significant effect on customer satisfaction and all three simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Promotion, Price, Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Kacang mete "PLITA" adalah salah satu produk kacang mete yang diproduksi oleh Koperasi Produsen Puna Liput Padung Tawa (KOPSEN PLITA) yang berkedudukan di Desa Leworahang – NTT. Koperasi Produsen PLITA merupakan kopresai serba usaha. Salah satu produk yang diusahakan adalah kacang mete dan merupakan produk unggulan koperasi tersebut. Tujuan diadakan penelitian (1) Untuk ketahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) Agar diketahui adakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (3) Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (4) Mengetahui adakah promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian adalah semua konsumen produk kacang mete PLITA. Populasi pada penelitian ini terdapat pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur - NTT. Sampel yang digunakan yaitu 50 responden. Hasil penelitian ini adalah: Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan ketiga secara bersamaan berpengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan perdagangan bebas yang berkembang pesat, merupakan tantangan sekaligus peluang bagi perkembangan dunia usaha; diantaranya persaingan pasar yang semakin ketat. Tantangan terberat adalah bagaimana menghadapi perilaku konsumen yang beragam serta tuntutan konsumen milenial yang semakin kompleks.

Kacang mete “PLITA” adalah salah satu produk kacang mete yang diproduksi pada Koperasi Produsen Puna Liput Padung Tawa (KOPSEN PLITA) yang berkedudukan di Desa Leworahang – NTT. Koperasi Produsen PLITA merupakan koperasi serba usaha. Salah satu produk yang diusahakan adalah kacang mete dan merupakan produk unggulan koperasi tersebut.

Dalam penelitian yaitu: (1) Nova Listaria dan Mohammad Yani (2019), promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laundry Dinda di Sampit. (2) Gloria J.M Sianipar (2019), harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bertempat Perumnas Mandala Medan. (3) Elpawati (dkk) (2019), kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pt. Perkebunan Nusantara VIII Bandung.

Menurut pendapat Adam (2015) suatu promosi dapat dijelaskan sebagai kegiatan pemasaran yang bertujuan mengkomunikasikan suatu informasi mengenai perusahaan dan suatu produk kepada setiap orang agar menimbulkan permintaan.

Pendapat yang disampaikan oleh Kotler (2013) yang menyampaikan bahwa jumlah uang yang dibebankan untuk barang, jasa atau jumlah uang yang ditukar. Harga untuk konsumen yaitu biaya agar mendapatkan produk atau jasa yang akan dibutuhkan.

Pendapat diberikan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menjelaskan bahwa Kualitas produk memiliki kemampuan untuk memuaskan yang disebutkan atau kebutuhan yang dilihat dari karakteristik suatu produk atau pelayanan.

Pendapat yang disampaikan mengenai kepuasan konsumen oleh Nugroho (2015) adalah suatu elemen yang sangat penting dalam peningkatan suatu kinerja pemasaran disuatu perusahaan.

Hipotesis dijelaskan seperti dibawah ini:

- H 1. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H 2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H 3. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H 4. Promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

METODE

Metode kuantitatif juga pendekatan kausal yang digunakan pada penelitian ini.

Populasi

Semua konsumen produk kacang mete PLITA. Karena melihat dengan pertimbangan lain-lainnya, batas diambil pada penelitian ini yaitu pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur – NTT.

Sampel

Pada penelitian ini yang digunakan yaitu 50 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menentukan sampel yaitu hanya konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur – NNT. Dalam Kecamatan ini terdapat tujuh desa. Yaitu: Ile Padung, Lewobebe, Sinar Hading, Riang Kotek, Bantala, Painapang, dan Baluk Hering.

Sumber Data

Menggunakan prime (studi lapangan) dan juga sekunder (studi kepustakaan). Berikut ini adalah penjelasannya:

a. Primer

Yaitu secara tatap muka dan menyerahkan kuesioner untuk diisi oleh konsumen (Sogiyono, 2018). Kecamatan Lewolema sebagai konsumen.

b. Sekunder

Dapat diartikan sebagai sumber yang didapatkan pada perusahaan (sugiyono, 2018). Koperasi PLITA sebagai pengumpulan informasi.

HASIL

Analisis Data Penelitian

Instrumen Penelitian

Validitas

Diketahui indikator per variabel dalam setiap pernyataan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur karena menunjukkan r hitung pada setiap variable > dari nilai 0,05 (r – tabel 0,2739).

Reliabilitas

Tabel 2. Reliabilitas

Variabel	Hasil	N. kritis	Ket
Promosi	617	0.06	
Harga	950	0.06	
Kualitas Produk	969	0.06	Reliabel
Kepuasan Konsumen	947	0.06	

Sumber: Data Diolah, (2021)

Dapat dilihat dari tabel 2 diatas maka setiap variabel dikatakan reliabel dan bisa digunakan karena diperoleh nilai koefisien cronbach alpha pada promosi yaitu (,617). Harga yaitu (,950). Kualitas Produk yaitu (,969) dan Kepuasan Konsumen yaitu (,947) > cronbach alpha 0,6.

Asumsi Klasik

Tabel 3. Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	.200 ^{c,d}	sig>0.05	Normal
Multikolinieritas			
Promosi	1.000	VIF<10	Bebas Multikolinieritas
Harga	1.000	VIF<10	Bebas Multikolinieritas
Kualitas produk	1.000	VIF<10	Bebas Multikolinieritas
Heterokeastisitas			
Promosi	.537	sig> 0,05	Bebas Heterokeastisitas
Harga	.943	sig> 0,05	Bebas Heterokeastisitas
Kualitas produk	.964	sig> 0,05	Bebas Heterokeastisitas
Autokorelasi	1.976	1.674<DW<2.326	Bebas Autokorelasi

Sumber: Data Diolah SPSS, (2021)

Pada tabel bagian 3 diatas bisa mengetahui bahwa:

a. Normalitas

Terlihat bahwa nilai signifikansinya sebesar (,200). Dapat disimpulkan bahwa pola sebaran residual distribusi normal karena nilai signifikan > ,05. Sehingga bebas dari normalitas.

b. Multikolinieritas

Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel Promosi VIF yaitu (1.000). Harga VIF yaitu (1.000). Pada Kualitas Produk VIF yaitu (1.000). Hasil meunjukkan kalau variabel promosi, harga dan kualitas produk bebas dari multikolinieritas karena nilai VIF < 10.

c. Heterokeastisitas

Hal ini dinyatakan signifikansi untuk promosi sebesar (,537) variabel Harga sebesar (,943) dan variabel Kualitas Produk sebesar (,964). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dikarenakan hasil signifikansi > ,05.

d. Autokorelasi

Menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1.976. Jadi dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dari autokorelasi karena $4 - d < d < 4 - d$.

Analisis Menggunakan Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Regresi

Variabel	B
(Constant)	-1.485
Promosi	0.093
Harga	0.606
Kualitas Produk	0.265

Sumber: SPSS (2021)

Tabel 4 didapat hasil regresi linier yaitu:

$$Y = -1.485 + .093X_1 + .606X_2 + .265X_3$$

Hasil ini menunjukkan bahwa:

1. -1.485 adalah nilai konstanta (a)
Menunjukkan koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar -1.485. Promosi, Harga dan Kualitas Produk bernilai (0), Kepuasan Konsumennya adalah -1.485.
2. .093 adalah nilai koefisien variabel Promosi (X1)
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (.093). Setiap peningkatan atau penambahan satu unit promosi.
3. .606 adalah nilai koefisien variabel Harga (X2)
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (.606). Kenaikan penambahan satu harga satuan.
4. Nilai koefisien variabel Kualitas Produk (X3) adalah (.265).
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (.265). Penambahan satu satuan kualitas produk.

Hipotesis

Hipotesis Secara Parsial

Tabel 6. Uji t Parsial

Variabel	t	Nilai Sig
(Constant)	-1.877	0.067
Promosi	3.703	0.001
Harga	6.644	0.000
Kualitas Produk	6.031	0.000

Sumber: Data Diolah, (2021)

Berdasarkan hasil tabel 6 maka:

1. Promosi (X1), memperoleh nilai signifikan $001 < 05$. Oleh karena itu secara parsial, variabel Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.
2. Variabel Harga (X2), diperoleh nilai signifikan $000 < 05$. Dikatakan dengan cara tersendiri, Harga berpengaruh signifikan terhadap (Y) pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.
3. Pada variabel Kualitas Produk (X3), diperoleh nilai signifikan $000 < 05$. Dapat dikatakan secara parsial (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

Hipotesis Secara Simultan

Tabel 7. Uji F

	F	Sig
Regresion	2579.730	.000 ^b

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Dilihat pada tabel 7 yang menyatakan hasil signifika $000 < 05$. Jadi ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dalam skripsi maka, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal:

- a. Adanya pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Semakin meningkat cara mempromosikan suatu produk maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.
- b. Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Penetapan harga memang sangat penting dalam suatu produk.
- c. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Kualitas produk juga sangat penting untuk diperhatikan.
- d. Promosi, harga dan kualitas produk bersamaan berpengaruh dengan kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Dengan adanya promosi yang selalu membuat orang tertarik untuk membeli produk tersebut, dan menentukan harga yang wajar serta memberikan kualitas suatu produk terbaik.

IMPLIKASI

Penemuan pada hasil yaitu:

- a. Variabel promosi berpengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Sebaiknya Koperasi PLITA tetap mempertahankan cara promosi dan memperbanyak lagi promosi lewat media sosial seperti Instagram, Twitter dan media sosial lainnya. Dengan begitu orang-orang lebih tau dan mengenal produk tersebut.
- b. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Untuk harga tetap mempertahankan harga yang wajar dan stabil agar konsumen tetap membeli produk tersebut dan tidak berpindah ke tempat lain yang menjual produk sejenis.
- c. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Pada kualitas produk ini disarankan tetap meningkatkan kualitas kacang mete PLITA agar konsumen tetap memilih untuk membeli produk tersebut.

KETERBATASAN DALAM PENELITIAN

Penelitian sudah dilakukan sesuai dengan aturan ilmiah, tetapi masih ada kekurangan yaitu:

- a. Kekurangan penelitian terletak pada lembar pernyataan, kadang pengisian responden bukan sesuai dengan kenyataan sebenarnya.
- b. Responden yang lama mengembalikan kuesioner sehingga peneliti lama untuk mengolah data.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Elpawati, Achmad tjachja Nugraha, Tyas Abimanyu, 2019, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Walini Di Industri Hilir Teh Pt. Perkebunan Nusantara VIII Bandung, *Jurnal Agribisnis*, Vol. 13, No. 7.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan penerbit Universitas di Ponegoro.
- Gloria J.M Sianipar, 2019, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart, *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol. 3 No. 1.
- Kotler, P. dan Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Global Edision Pearson. Prentice.
- Kotler. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nugroho, T, D. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Rokok Surya. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* Vol. 3 No. 1
- Nova Listatia Fajar dan Mohammad Yani, 2019, Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry Dinda Di Sampit, *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)* Vol. 4/No. 2.
- Sugiono. 2018. *Metode penelitian Kuantitati*

