

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN.

Oleh :

Masnilam Hasibuan

Fakultas Ekonomi , Universitas Graha Nusantara,
Padang Sidimpuan
Masnilam75@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how the effect of product differentiation on consumer satisfaction at OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. This type of research is quantitative research. The data used in this study are primary and secondary data. The sample of this research is consumers who shop at OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN, totaling 15 people. Data collection techniques used are interviews and questionnaires or questionnaires.

Product differentiation is the difference between one product and another. Consumer satisfaction is the level of a person's feelings after comparing the performance (results) he feels compared to his expectations.

Based on the title above, data processing in this study uses the Simple Linear Regression Analysis method, and then hypothesis testing is carried out using t-test and Coefficient of Determination testing. To test the hypothesis using a t-test with a value of $t = 0.440$. So, from the results of the study obtained the value of $t_{count} = 4.605$ and $t_{table} = 2.14479$ so that $t_{count} > t_{table}$. Thus, H_0 is accepted. Based on the results of the study, it can be concluded that there is an effect of product differentiation on consumer satisfaction at OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. Product Differentiation variable can affect the Consumer Satisfaction variable as much as 41.8%, while the remaining 58.2% is explained by other variables not examined by this study.

Keywords: *Product Differentiation and Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Bisnis *fashion* semakin marak di Indonesia. Berbagai model pakaian dengan desain baru dikeluarkan oleh produsen

setiap harinya. Konsumen produk *fashion* juga semakin antusias menyambut model-model baru yang dirilis. Tak heran berbagai outlet penjualan produk *fashion* tidak pernah sepi. Maka menjamurlah

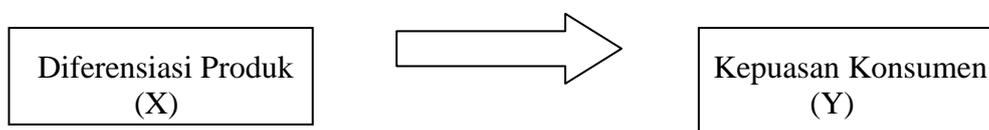
berbagai bentuk bisnis *clothing* ini mulai dari butik, *factory outlet*, distro, *mobile distro*, dan lain sebagainya.

BAHAN DAN METODE

Pengertian Diferensiasi Produk

Pengertian diferensiasi produk secara umum merupakan perbedaan suatu produk dengan produk lainnya. Pengertian lain juga tentang diferensiasi produk adalah perbedaan suatu produk dalam suatu perusahaan agar pihak konsumen dapat memilih produk mana yang mereka inginkan. Yang menjadi alternatif konsumen untuk memilih suatu produk didasari pada warna, kualitas, dan harga.

Pengertian Produk



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Metode Penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian berjalan dengan baik. Yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Metode kuantitatif adalah suatu proses yang

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler (2001:46) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan, mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka mereka akan kecewa.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat digambarkan sebagai berikut :

menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang akan diteliti. Dimana kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini diperkirakan 150 orang, yaitu orang-orang yang berbelanja di Ucok Distro Panyabungan dari bulan November sampai dengan bulan Desember 2019.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer adalah data yang berisikan fakta-fakta atau keterangan yang secara langsung diperoleh melalui penelitian lapangan dari obyek yang diteliti.

Data Sekunder adalah data sejumlah fakta keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung maupun tidak langsung melalui bahan, keterangan, arsip, lembaga ataupun instansi terkait dan sebagainya yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Kuesioner
3. Studi Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan model ekonometrika dengan meregresikan variabel yang ada dengan menggunakan metode regresi linear sederhana. Variabel tersebut dibuat dalam bentuk fungsi sebagai berikut

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X = Diferensiasi Produk

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Uji Kesesuaian

Koefisien Determinasi

Dapat dihitung menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Uji t-Statistik (Uji Parsial)

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, dan

H_a diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Validitas
1.	Diferensiasi Produk (X)	P1	0.804	0.482	Valid
2.		P2	0.559	0.482	Valid
3.		P3	0.599	0.482	Valid
1.	Kepuasan Konsumen (Y)	P1	0.641	0.482	Valid
2.		P2	0.309	0.482	Tidak Valid
3.		P3	0.329	0.482	Tidak Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 2020

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1.	Diferensiasi Produk (X)	0.794	3
2.	Kepuasan Konsumen (Y)	0.605	3

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2020

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan bantuan SPSS 17.0 dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri

dari Diferensiasi Produk terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen Pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN.

Analisa Variabel (X)

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	.646 ^a	.418	.373	1.33840	.418	9.330	1	13	.009

a. Predictors: (Constant), DiferensiasiProduk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.713	1	16.713	9.330	.009 ^b
	Residual	23.287	13	1.791		
	Total	40.000	14			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), DiferensiasiProduk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.690	1.453		4.605	.000
	DiferensiasiProduk	.440	.144	.646	3.055	.009

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan dalam Tabel *Coefficients^a* diatas, maka diperoleh persamaan hasil regresi linear sederhana sebagai berikut :

Koefisien X = 0.440 (dapat dilihat pada tabel *Coefficients^a* dilampiran 5). Ini

berarti bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) berpengaruh positif dengan Diferensiasi Produk (X). Dengan kata lain, jika Diferensiasi Produk (X) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan bertambah sebesar 0.440

Analisis X Terhadap Y

Model persamaan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6.690 + 0.440X$$

Keterangan :

Y = KepuasanKonsumen

X = DiferensiasiProduk

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

Konstanta sebesar 6.690. Artinya, jika Diferensiasi Produk (X) nilainya adalah 0, maka jumlah Kepuasan Konsumen (Y) nilainya positif yaitu sebesar 6.690

Koefisien X = 0.440 (dapat dilihat pada tabel *coefficients*^a dilampiran 5). Ini berarti bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. Dengan kata lain, jika Diferensiasi Produk ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Kepuasan Konsumen akan bertambah sebesar 6.690.

Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah :

Ho : $b_1 = 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian Koefisien Determinasi (r^2)

Berdasarkan tabel *coefficients*^a nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,418 (tabel *coefficients*^a di lampiran 5). Dapat dilihat seperti dibawah ini :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.418 \times 100\%$$

$$KD = 41,8\%$$

Ha : $b_1 \neq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah :

Ho diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Ha ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Berdasarkan tabel *coefficients*^a dapat dilihat bahwa :

Nilai t_{hitung} variabel Diferensiasi Produk (X) adalah 4.605, dan nilai t_{tabel} 2.14479.

Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.605 > 2.14479$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. Artinya, jika variabel X ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0.440.

Jadi, Ho diterima sebab $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.605 > 2.14479$)

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefien Korelasi

Seperti perhitungan diatas bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) mampu menjelaskan sebanyak 41,8% perubahan dari Kepuasan Konsumen (Y) Pada

OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. Sedangkan sisanya sebesar 58,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

PEMBAHASAN

Dari pengujian variabel penelitian secara parsial didapati bahwa variabel independen yaitu Diferensiasi Produk (X) positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai signifikansi ini untuk variabel Diferensiasi Produk dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.605 > 2.14479$). Dikatakan berpengaruh positif dan signifikan sebab nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Penelitian ini menemukan hasil dari Koefisien Determinasi pada tabel *coefficients^a* sebesar 0.418 (dapat dilihat pada tabel *coefficients^a* dilampiran 5) yang menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) mampu menjelaskan sebanyak 41,8% perubahan dari Kepuasan Konsumen (Y) Pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. Sedangkan sisanya sebesar 58,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) dengan tingkat signifikansi 0.009 menunjukkan secara serempak

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN.

Konstanta sebesar 6.690. Artinya, jika Diferensiasi Produk (X) nilainya adalah 0, maka jumlah Kepuasan Konsumen (Y) nilainya positif yaitu sebesar 6.690

Koefisien X = 0.440 (dapat dilihat pada tabel *coefficients^a* dilampiran 5). Ini berarti bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN. Dengan kata lain, jika Diferensiasi Produk ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Kepuasan Konsumen akan bertambah sebesar 6.690.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN dapat diperoleh kesimpulan bahwa hasil analisis data menunjukkan bahwa

pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 41,8% sedangkan sisanya 58,2% di jelaskan oleh factor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

2. Berdasarkan pengujian variable penelitian secara parsial bahwa variable indefenden yaitu diferensiasi produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap variable dependen yaitu kepuasan konsumen signifikan variable diferensiasi produk (X) dengan nilai $t\text{-hitung} > t\text{table}$ ($4.605 > 2.14479$)
3. Variabel diferensiasi produk X dengan tingkat diferensiasi 0.009 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN.
4. Diferensiasi produk memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen pada OLOAN BOUTIQUE PADANGSIDIMPUAN.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian, Edisi Tiga belas*. Jakarta : Rineka Cipta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi Milenium*. Jakarta :PT Prebalindo
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Principles Of Marketing*. Prentice Hall : Person Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua belas*. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran jilid 2 edisi ke-8*. Jakarta : Erlangga
- Lupyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Prof. Dr. Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta
- Prof. Dr. Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Tunggal, Amin. 2001. *Tanya Jawab Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Jakarta : Harvarindo
- Umar, Husein. 2005. *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Umar, M. Toha Anggoro, dkk. 2000. *Metode Penelitian Edisi Ke 2*. Jakarta : Universitas Terbuka