

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Daviena Skincare Di Zahra Beauty Surabaya

Alvin Julian Herlambang
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Korespondensi penulis : alvinjulianherlambang@gmail.com

Abstract. *This research wants to find out further "The Influence of Product Quality on Customer Satisfaction" according to the title raised The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Daviena Skincare at Zahra Beauty Surabaya. The population in this study were consumers from Davienaa Skincare at Zahra Beauty Surabaya. In this study using a sample of 60 consumer respondents from Daviena Skincare at Zahra Beauty Surabaya, using SPSS and linear analysis can prove that Product Quality (X1) affects Customer Satisfaction (Y1),*

Keywords: *Product Quality, Customer Satisfactio*

Abstrak. Penelitian ini ingin mengetahui secara lanjut "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan " sesuai dengan judul yang diangkat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kespuasan Pelanggan Daviena Skincare di Zahra Beauty Surabaya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari Davienaa Skincare di Zahra Beauty Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden konsumen dari Daviena Skincare di Zahra Beauty Surabaya, dengan menggunakan analisis SPSS dan linear dapat membuktikan bahwa Kualitas Produk (X1) mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y1).

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Produk yang digunakan untuk meningkatkan atau merawat kulit dan penampilan disebut produk kecantikan. Produk untuk wajah, bibir, dan rambut semuanya termasuk dalam kategori produk kecantikan. Saat ini, produk kecantikan tersedia dalam berbagai variasi, baik lokal maupun impor, seiring dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat. Penggunaan dan pengetahuan tentang produk perawatan kecantikan telah meningkat. Bahkan setelah pandemi COVID-19, produk kecantikan tetap populer di Indonesia, dan perubahan gaya hidup serta tren mode baru masih berpengaruh pada persepsi masyarakat tentang kecantikan.

Salah satu produk kecantikan brand lokal yang mengalami perkembangan adalah Daviena Skincare dengan modal awal 3,5 juta rupiah sekarang meraup omzet lebih dari ratusan juta rupiah dan sudah ada 22 distributor dan 129 agen yang tersebar di seluruh Indonesia membuat *brand skincare* lokal yang berhasil menyita perhatian *beauty enthusiast* dikalangan remaja maupun dewasa di Indonesia. Hal ini dikarenakan seringnya *owner* dari Daviena Skincare memperkenalkan produk skincare ini di *platform* TikTok maupun di media sosial lainnya.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti sebanyak 10 orang, didapatkan hasil dari beberapa *customer* di Zahra Beauty Surabaya menyatakan bahwa *customer* merasa puas dengan hasil yang didapatkan setelah memakai produk Daviena Skincare, hal ini didukung dengan *review* penjualan online dari produk Daviena Skincare. Oleh karenanya berdasarkan informasi latar belakang diatas, maka peneliti tertarik meneliti dengan judul "**Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Daviena Skincare (di Zahra Beauty Surabaya)**".

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:37), kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan. Karakteristik ini mencakup ketahanan, keandalan, dan akurasi produk yang telah selesai.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, Fandy (2019) kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam pemikiran dan praktek pemasaran modern. Persaingan dapat dimenangkan jika perusahaan dapat akuisisi dan retensi pelanggan. Keterampilan adalah kunci untuk pemahaman yang komprehensif tentang perilaku konsumen dan menggunakan pemahaman ini untuk merancang, mengkomunikasikan, dan melaksanakan pemasaran dengan lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013:2), metode penelitian pada dasarnya adalah pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data untuk tujuan tertentu. Dengan demikian, penting untuk mengingat empat istilah berikut: metode ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data untuk tujuan tertentu, menurut Darmadi (2013:153). Penelitian didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah: rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu metode ilmiah untuk mengumpulkan data untuk tujuan dan manfaat tertentu.

Populasi dalam penelitian ini, sebanyak 3.400 pengikut Shopee Zahra Beauty Surabaya telah diteliti.

Peneliti memilih menggunakan rumus sem yaitu :

$$\text{Sampel: } 5 \times 8 = 40 \text{ (minimal)}$$

$$10 \times 8 = 80 \text{ (maksimal)}$$

Dalam penelitian ini, digunakan sampel dengan jumlah minimal 40 responden dan maksimal 80 responden. Dengan memperbesar jumlah indikator sebanyak 5 hingga 10 kali, ukuran sampel dihitung. Terdapat total 8 indikator untuk variabel X dan Y karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usia

Tabel Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	14	34.1	34.1	34.1
	26-30	8	19.5	19.5	53.7
	31-35	11	26.8	26.8	80.5
	36-40	5	12.2	12.2	92.7
	41-45	2	4.9	4.9	97.6
	46-50	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dijelaskan bahwa usia responden 20-25 tahun sebanyak 14 responden (34,1%), 26-30 tahun sebanyak 8 responden (19,5%), 31-35 tahun sebanyak 11 responden (26,8%), 36-40 tahun sebanyak 5 responden (12,2%), 41-45 tahun sebanyak 2 responden (4,9%), 46-50 tahun sebanyak 1 responden (2,4%).

Hasil Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	4	9.8	9.8	9.8
	Perempuan	37	90.2	90.2	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer diolah, 2023

diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan total 37 responden (90,2%) dan laki-laki dengan total 4 responden (9,8%).

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha if item deleted	Standar realibilitas	Ket
Kualitas Produk (X)	0,981	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,944	0,60	Reliabel

Sumber: Output Penelitian SPSS, diolah 2023

Hasil uji reliabilitas untuk variable Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y), yang masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,60, menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas lebih dari 0,60, yang menunjukkan bahwa kuesioner ini dapat dipercaya. Karena nilai alpha lebih besar.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.04488228
Most Extreme Differences	Absolute		.137
	Positive		.137
	Negative		-.109
Test Statistic			.137
Asymp. Sig. (2-tailed)			.057 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output Penelitian SPSS 2023

Dari hasil grafik diatas dijelaskan bahwa nilai probabilitas atau signifikan variable penelitian lebih besar dari 0,05. Sehingga bisa dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.983	1.319		.745	.461
	Kualitas Produk	.557	.042	.906	13.202	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Nilai yang signifikan 0,000, t hitung 13.202 lebih besar dibandingkan 0.745 maka H₀ ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. menunjukkan bahwa hasil yang signifikan pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y1) adalah senilai 0.000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari studi dan diskusi peneliti, terlihat jelas bahwa di Daviena Skincare, Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Produk. Hal ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan pengaruh yang positif signifikan yang dimana dilihat dari taraf signifikansinya yang sebesar 0,000. Ini membuktikan bahwa Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Daviena Skincare.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan Daviena Skincare di Zahra Beauty Surabaya sebaiknya memperhatikan kualitas produk agar *customer* kembali lagi untuk membeli produk Daviena Skincare.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap bahwa penelitian selanjutnya akan dilakukan di masa depan untuk memperluas cakupan dan topik penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>.
- Darmadi, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

- Ghozali, Imam. 2018 (hal 71). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018 (hal 112). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018 (hal 120). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016) . Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Puspita, R., Yunus, M., & Sulaiman. (2017). Pengaruh Faktor Sosial, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Merek serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Telepon Seluler (Studi Kasus pada Pengguna Samsung di Kota Banda Aceh). Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah, 1(1), 46–58.
- Sugiyono. (edisi 2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (Edisi 2013) METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D Cetakan Ke-19, penerbit Alfabeta, CV. Bandung.
- Sugiyono. (Edisi 2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (Edisi 2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (edisi 2016 dalam Sugiarto 2016 hal 38). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (Edisi 2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (edisi 2017 hal 194). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (Edisi 2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (Edisi 2019 hal 146). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono (edisi 2019 hal 194). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (edisi 2019 hal 267). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2013. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, Toni. (2018). Manajemen kualitas jasa. Jakarta : Indeks.