

PENGARUH FAKTOR DETERMINAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AIR MINUM KEMASAN GALON MEREK AQUA KECAMATAN PERIUK KOTA TANGERANG

¹Alda Putri Meiliana
²Ade Rachmawati Nurfitri
³Dimiyati

¹Universitas Gunadarma, meilianaalda@gmail.com
²Universitas Gunadarma, ade_rm@staff.gunadarma.ac.id
³Universitas Gunadarma, dimiyati@gmail.com

ABSTRAK

Masalah dalam penelitian ini adalah maraknya pemalsuan air mineral kemasan Aqua gallon yang dilakukan pada depot isi ulang, sehingga pemilihan merk suatu produk air minum dalam kemasan gallon merupakan faktor pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah data primer kualitatif, tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, reliabilitas, kelayakan faktor, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji T. Pada penelitian ini menggunakan data yang berasal dari kuesioner sebanyak 100 responden, dengan alat bantu pengujian SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah citra merek.

Kata kunci: Kualitas Air Minum Dalam Kemasan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Air minum dalam kemasan gallon merk Aqua, telah melalui proses produksi dengan memperhatikan kualitas produk serta memenuhi standar nasional yaitu SNI dan internasional (WHO). Berdasarkan Top Brand Index tahun 2017 hingga tahun 2020, merk Aqua merupakan merk yang paling diminati konsumen, dan meduduki posisi pertama pada Top Brand Index. Namun kondisi ini menimbulkan terjadinya pemalsuan air minum kemasan gallon merk Aqua, yang dilakukan oleh depot isi ulang air minum dalam kemasan. Maka konsumen perlu untuk lebih memperhatikan kualitas air minum kemasan gallon merk Aqua. Rumusan

masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Dalam penelitian ini penelitian hanya membahas pada variabel kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen pada produk air minum dalam kemasan gallon merk Aqua, di Kecamatan Periuk, Kota Tangerang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen, serta untuk mengetahui variabel mana yang

paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya dengan pokok pembahasan yang sama.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan informasi bagi perusahaan terkait, dalam memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk air minum dalam kemasan gallon merk Aqua.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan jenis penelitian. Berdasarkan karakteristik masalah penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan terhadap masalah yang berupa fakta saat ini dari suatu populasi, dengan tujuan menguji hipotesis terkait dengan *current status* dari subjek yang diteliti (Digdowiseiso, 2017).

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Periuk, Kota Tangerang. Subjek penelitian adalah masyarakat di Kecamatan Periuk, Kota Tangerang, yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan gallon merk Aqua.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat di Kecamatan Periuk, Kota Tangerang dan terkumpul sebanyak 100 eksemplar yang digunakan sebagai data penelitian ini.

Tahap uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji T. Pada penelitian ini menggunakan data yang berasal dari kuesioner sebanyak 100

responden, dengan alat bantu pengujian SPSS.

Tahapan penelitian adalah sebagai berikut peneliti mengkaji fenomena yang terjadi, menyimpulkan dugaan masalah serta variabel terkait, melakukan penyebaran kuesioner awal kepada 30 responden untuk pengujian validitas dan reliabilitas data. Setelah data awal valid dan reliabel, maka dilakukan penyebaran kuesioner lanjutan kepada responden dan terkumpul sebanyak 100 eksemplar kuesioner dari 100 responden yang digunakan sebagai data penelitian. Alat bantu untuk menganalisis data penelitian adalah software SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bawah ini akan dijelaskan tahapan penelitian, yaitu sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner.

1. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > 0,196$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} atau $r_{hitung} < 0,196$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Dari Tabel 1 diketahui bahwa seluruh pernyataan untuk setiap variabel yaitu Kualitas Produk, citra merek dan Kepuasan pelanggan dinyatakan valid, berdasarkan nilai r_{hitung} pada setiap pernyataan adalah lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.

Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha sebesar 0,829 lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti pernyataan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Uji Normalitas

Hasil output SPSS 25 diperoleh (Tabel 3). Hasil pengujian SPSS menunjukkan bahwa variabel bebas berdistribusi normal karena Unstandardized Residual Asymp. Sig (2-tailed) bernilai $0,099 > 0,05$.

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016).

Adapun nilai tolerance dan VIF dapat dilihat pada Tabel 4. Dari Tabel 4 diketahui bahwa Kepuasan pelanggan untuk variabel Kualitas Produk dan Citra Merek memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF kurang dari 10,0. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil pengujian Heteroskedastisitas adalah sebagai berikut (Gambar 1). Grafik Scatterplot pada Gambar 1 menunjukkan terdapat pola serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan Tabel 5 diatas, maka persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,927 + 0,265 \text{ Kualitas Produk} + 0,412 \text{ citra merek} + e$$

Berikut merupakan penjelasan mengenai persamaan regresi tersebut.

1. Nilai konstanta (a) adalah 1,927 yang berarti bahwa Kualitas Produk

(X1), dan citra merek (X2) mempunyai nilai nol (0), hal ini akan menyebabkan kenaikan nilai variabel dependen Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 1,927.

2. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) mempunyai tanda positif sebesar 0,265. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Produk meningkat sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,265 dengan anggapan variabel lainnya bernilai tetap.
3. Koefisien regresi untuk variabel citra merek (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) bertanda positif sebesar 0,412. Hal ini berarti jika variabel citra merek meningkat sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,412 dengan anggapan bahwa variabel lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk dan Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Hasil pengujian hipotesis secara simultan ditunjukkan pada (Tabel 7). Dari Tabel 7 diketahui bahwa nilai F hitung adalah 49,350 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F hitung (49,350) lebih besar dari F tabel (3,94) dan tingkat signifikansi adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa H_0 adalah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan dari Tabel 8, bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,494 atau sebesar 49,9%. Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk dan Citra Merek yang berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan

Pelanggan sebesar 49,9%. Sedangkan sebesar 50,1% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, antara lain variabel harga, saluran distribusi, kemasan.

Tabel 1.
Hasil pengujian validitas

Variabel	Correct Item – Total Corelation (r _{hitung})	R _{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	0,529	0,196	Valid
	0,716		Valid
	0,741		Valid
	0,721		Valid
Citra merek	0,623		Valid
	0,684		Valid
	0,408		Valid
	0,332		Valid
	0,754		Valid
	0,771		Valid
Kepuasan pelanggan	0,648		Valid
	0,633		Valid
	0,754		Valid
	0,686		Valid

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 2.
Hasil pengujian reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	14

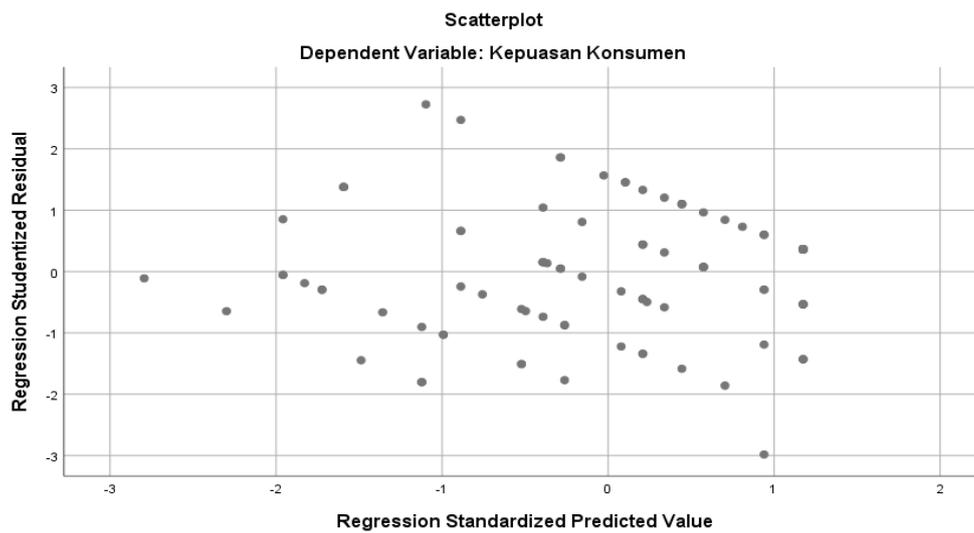
Tabel 3.
Uji normalitas kolmogrov-smirnov, one-sample kolmogorov-smirnov test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11812596
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.079
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 ^c

Tabel 4.
Uji multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics Tolerance e	VIF
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	1.927	1.651			1.167	.246		
1 Kualitas Produk	.265	.086	.263		3.088	.003	.705	1.418
Citra merek	.412	.066	.532		6.253	.000	.705	1.418

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
Sumber : Data Primer, 2021



Gambar 1. Pengujian heteroskedastisitas

Tabel 5.
Uji regresi linear berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.927	1.651			1.167	.246
1 Kualitas Produk	.265	.086	.263		3.088	.003
Citra merek	.412	.066	.532		6.253	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
Sumber : Data Primer, 2021

Tabel 6.
Uji t (parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.927	1.651		1.167	.246
	Kualitas Produk	.265	.086	.263	3.088	.003
	Citra merek	.412	.066	.532	6.253	.000

Tabel 7.
Uji f (simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	125.940	2	62.970	49.350	.000 ^b
1 Residual	123.770	97	1.276		
Total	249.710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), citra merek, Kualitas Produk

Sumber : Data Primer, 2021

Tabel 8.
Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.504	.494	1.12959

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan sebelumnya, terbukti bahwa Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk air minum kemasan galon dengan merek Aqua, maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Aditya (2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Dari pembahasan diatas, terbukti bahwa Variabel Citra Merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik citra merek pada produk air minum kemasan galon dengan merek Aqua, maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Hal ini

mendukung penelitian Desi et al. (2017) dan Wistara (2019) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan atas citra merek terhadap kepuasan konsumen air minum dalam kemasan merek Aqua.

Dari uraian pada pembahasan diatas, terbukti bahwa Variabel Kualitas Produk dan Citra Merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa jika dua variabel tersebut yaitu kualitas produk dan citra merek ditingkatkan maka Kepuasan pelanggan pada produk air minum kemasan galon dengan merek Aqua juga meningkat. Hal ini sependapat dengan penelitian Nurul (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk, persepsi harga, distribusi, dan citra merek secara bersama-sama (simultan) berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel citra merek.

Perusahaan terkait harus terus meningkatkan kualitas produk air minum kemasan galon dengan merek Aqua, agar pelanggan senantiasa mendapatkan produk dengan kualitas terbaik dan memberikan harapan terbaik kepada pelanggan dan masyarakat luas dalam jangka panjang. Produk air minum kemasan galon dengan merek Aqua harus mampu mempertahankan dan meningkatkan citra merek agar dapat mempertahankan imej yang positif bagi pelanggan dan masyarakat.

Saran kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa adalah agar menambah variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel ketersediaan produk, pendistribusian produk dan informasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rizka Bayu. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* Vol 17, No. 01, Juni 2020, 61 – 68.
- Desi, Bahri, H Syamsul dan Ponirin. (2017). "Pengaruh Citra Merk dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Air Mineral Cleo Di Alfamidi Kota Palu", *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol 3, No 2, Mei 2017, 145-150.
- Digdowiseiso, Kumba. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, LPU UNAS, Jakarta.
- Nurul, Annisa. (2018). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Distribusi, Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Quelle Di Kota Cilegon", *Perwira-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 1-15.
- Priyatno, Duwi. (2018). *SPSS, Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Penerbit Andi. Yogyakarta. <https://www.topbrand-award.com> (2017, 2018, 2019, 2020)
- Wistara, Sayutra. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua*, Skripsi, Digital Repository Universitas Jember. 1- 96.