

Analisis Produk Penjualan dan Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Yudistira

Erni Anggriani¹, Rahmat Daim Harahap²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

ernianggriani1605@gmail.com¹

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality, personal selling and distribution of satisfaction on customers at Yudhistira Publishing Services. I hope that this research will provide suggestions and recommendations to the publisher Yudistira in order to achieve the company's goals. The research method used is quantitative with survey methods and descriptive explanations. The data collection technique is a questionnaire, with size as a measuring tool. While the analytical method used is path analysis, which consists of validity tests, reliability tests, partial tests, simultaneous tests and the coefficients of determining the test. The results show that product quality has a significant effect on customer satisfaction fraction.

Keywords : *distribution, satisfaction, customer, product.*

ABSTRAK

Penelitian ini tujuan untuk menentukan efek kualitas produk, penjualan pribadi dan distribusi kepuasan pada pelanggan di yudistira penerbitan jasa. Saya berharap, penelitian ini akan memberikan saran dan rekomendasi terhadap yudistira penerbit dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survey dan penjelasan deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner, dengan ukuran sebagai alat ukur. Sementara metode analisis yang digunakan adalah analisis path, yang terdiri dari uji keabsahan, tes keandalan, tes partiall, tes simultan dan koefisien dari penentuan tes. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki effect signifikan pada fraksi satis pelanggan.

Kata kunci: distribusi, kepuasan, pelanggan, produk,

PENDAHULUAN

Perusahaan yang memahami konsumen akan berada satu langkah di depan pesaing, persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat dan diimbangi juga dengan perkembangan alat-alat teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya demi mencapai tujuan perusahaan seperti mendapatkan laba yang banyak dengan pengorbanan.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen dapat digunakan sebagai dasar dalam membuat strategi pemasaran karena mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk mengungguli pesaing. Serta akibat lebih jauh akan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan karena dapat memberikan kepuasan jauh lebih baik kepada konsumen.

Latar belakang umum

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat dijual kepada konsumen untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, pada kenyataannya produk memiliki berbagai tingkatan serta memiliki berbagai kualitas, dari yang imperior sampai dengan yang superior. Sedangkan Personal selling bersifat luwes, karena tenaga penjual dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan konsumen dan mengetahui perilaku dari setiap calon pembeli. Selain itu tenaga penjual dapat segera mengetahui reaksi dari calon pembeli terhadap penawaran penjualannya, sehingga dapat mengadakan penyesuaian-penyesuaian di tempat itu dan pada saat itu juga. Distribusi fisik yang dilaksanakan secara baik dan benar akan memberikan dampak positif kepada perusahaan yaitu berupa kepuasan konsumen.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana diungkapkan diatas maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana pelanggan dihadapkan begitu banyak pilihan baik produk, merek, harga dan pemasok dan juga dalam pelaksanaan distribusi kepuasan pelanggan?”

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk mempertahankan pelanggan, karena menyadari bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih sulit dari pada mempertahankan pelanggan yang ada.

Manfaat Penelitian

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat dijual kepada konsumen untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, pada kenyataannya produk memiliki berbagai tingkatan serta memiliki berbagai kualitas, dari yang imperior sampai dengan yang superior.

Perusahaan yang ingin maju dan berkembang pesatharus berorientasi pada kepuasan pelanggan, kepuasan yang diperoleh konsumen atau pelanggan dapat diartikan bahwa perusahaan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain dalam hal ini pesaingnya. Saat ini pelanggan dihadapkan begitu banyak pilihan baik produk, merek, harga dan pemasok dan juga dalam pelaksanaan distribusi. Pelanggan memiliki pertimbangan untuk memilih penawaran yang mereka terima, tentunya yang memberikan nilai tertinggi serta memenuhi harapannya.

TINJAUAN LITERATUR

Pemasaran merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir pada kebutuhan konsumen. Sebelum perusahaan melaksanakan kegiatan pemasaran, seorang pengusaha harus mampu untuk menafsirkan kebutuhan -

kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan dengan data pasar misalnya lokasi konsumen, jumlahnya dan kesukaan konsumen itu sendiri. Informasi yang diperoleh dapat dipakai sebagai dasar untuk mengadakan produk. Kegiatan pemasaran suatu produk harus bermula dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sebelum produk itu dijual, konsumen harus memahami terlebih dahulu mengenai produk yang akan dibelinya baik itu kualitasnya, harganya dan juga cara distribusinya, produsen harus mampu memberikan informasi secara tepat dan akurat dan tidak mengecewakan konsumen.

Konsumen yang membeli produk harus merasa puas terhadap barang atau jasa yang dibelinya. Perusahaan yang ingin berhasil dengan baik harus berusaha untuk memiliki suatu keunggulan dalam bidang tertentu agar tidak kalah dalam persaingan dengan produk yang disediakan oleh perusahaan lain, dalam hal ini dapat berupa keunggulan dalam kualitas produk dengan harapan, konsumen akan merasa puas terhadap produk yang dibelinya. Pengetahuan atas persepsi dan sikap konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan akan menghasilkan peluang yang lebih baik bagi perusahaan di masa yang akan datang karena konsumen merasa puas.

Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijaksanaan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. sebagai contoh aspek-aspek yang dijadikan dasar dalam menentukan kualitas, buku adalah Harga, Bahasa yang mudah dimengerti, Banyak sedikitnya gambar dalam buku yang bersangkutan, Nama pengarang, Penerbit, Jenis kertas yang digunakan, Jenis cerita, dan Sampul.

Demikian halnya dengan perusahaan Penerbit Buku Yudhistira yang sangat memperhatikan kepentingan dan juga kepercayaan para pemakai buku, yaitu dengan melaksanakan kualitas produk yang baik, pemberian informasi melalui kepuasan kegiatan distribusi agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Keterlibatan tenaga kerja dalam proses pelayanan kepada para pemakai buku sangat dominan, kepuasan para pemakai buku akan sangat tergantung kepada kemampuan para tenaga penjualan dalam memberikan pelayanan, agar terpenuhi kebutuhan dan keinginan para pemakai buku. Kondisi ini dapat membantu pengelola dalam mencapai tujuannya, karena pada umumnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas sehingga keuntungan bisa diraih. Dengan apa bila terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara Penerbit Yudhistira dengan para pemakai buku menjadi harmonis dan jika puas mereka akan melakukan pembelian ulang. Apabila para pemakai buku harapannya dapat terpenuhi

mereka akan merasa puas, jika dapat melebihi apa yang diharapkan akan merasa sangat puas dan jika tidak memenuhi harapannya mereka akan merasa tidak puas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, personal selling dan distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada Jasa Penerbit Yudhistira dan diharapkan penelitian ini memberikan manfaat berupa saran dan rekomendasi kepada Penerbit Yudhistira dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survey dan eksplanasi deskriptif. Jumlah populasi penelitian sebanyak 560, namun yang dijadikan sampel sebanyak 45 responden. Adapun teknik mengumpulkan data adalah kuesioner, dengan skala likert sebagai alat ukur. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur, yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi.

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari indikator-indikator yang mempengaruhinya. Untuk pengujian secara parsial antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat dari perhitungan SPSS untuk analisis jalur. Dengan kriteria penolakan H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dengan koefisien beta (B) = 0,403, diperoleh t_{hitung} sebesar 4.587 dengan mengambil taraf signifikansi sebesar 5 % maka nilai t_{tabel} 1,67. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $4.587 > 1.67$, maka tolak H_0 atau dengan kata lain kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengonfirmasi teori, bahwa produk berkualitas menjadi daya tarik bagi pelanggan, bahkan fakta lapangan membuktikan kesetiaan pelanggan dibangun oleh kualitas produk. Produk berkualitas memiliki arti kehandalan dan tingkat kegunaan bagi konsumen, sehingga konsumen merasa terikat dengan produk tersebut, dan dalam jangka panjang produk menjadi pilihan utama dibenak pelanggan. Temuan ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Inka Janita Sembiring, dkk (2014) dan Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim (2017), bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diselaraskan dengan permasalahan yang diteliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan kualitas produk yang dilakukan penerbit Yudhistira, secara keseluruhan termasuk ke dalam klasifikasi tinggi berarti bahwa kualitas produk penerbit Yudhistira dapat diterima atau sudah bisa dinikmati oleh pelanggan.
2. Pelaksanaan personal selling yang dilakukan oleh penerbit Yudhistira, dapat

diterima oleh pelanggan. Upaya strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh perusahaan sudah berjalan dengan baik.

3. Pelaksanaan distribusi yang dilakukan oleh penerbit Yudhistira, menunjukkan klasifikasi tinggi yang berarti bahwa kegiatan distribusi yang dilaksanakan oleh penerbit Yudhistira dapat diterima atau sudah bisa dinikmati oleh pelanggan.
4. Kepuasan Pelanggan Penerbit Yudhistira, menunjukkan klasifikasi tinggi. Yang berarti bahwa kualitas produk, pelaksanaan personal selling dan distribusi yang ditampilkan oleh penerbit Yudhistira selama ini, sudah dapat diterima dengan memuaskan pelanggan.
5. Kualitas produk, personal selling dan distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Walau demikian dapat lebih ditingkatkan bahkan semakin baik yang dilaksanakan oleh penerbit Yudhistira, maka semakin meningkat dan semakin puas pula yang dirasakan oleh para pelanggan.

SARAN

Saran dari hasil kepuasan pelanggan harus ditingkatkan lagi agar mencapai hasil yang optimal. Kualitas pelayanan agar ditingkatkan ke arah yang lebih baik, melalui upaya diantaranya segera merespon keluhan pelanggan, segera meningkatkan fasilitas dan sarana prasarana pelanggan seperti Kegiatan promosi agar lebih ditingkatkan lagi dengan tidak hanya mengandalkan media sosial dan kerjasama dengan agen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang Lerbin R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta. Gramedia Pustaka.
- Basu Swastha. 2000. Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern. Jakarta. Liberty.
- Fandy. Tjiptono. 2000. Manajemen Jasa. Edisi Kedua. Yogyakarta. Andy offset.
- Hendang Setyo Rukmi, dkk. 2010. Perbaikan Kualitas Layanan Distribusi Fisik Produk Air Mineral di PT. X Bandung. Jurnal Rekayasa No.1 Vol. X IV, Januari – Maret 2010, Hal 9-18.
- Inka Janita Sembiring, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 15 No. 1 Oktober 2014, Hal 1- 10.
- Michael Tumbelaka dan Sjendry Loindong. 2014. Servicescape Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado. Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014, Hal. 1239-1250, ISSN 2303-1174.
- Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. Jom FISIP

VISA: Journal of Visions and Ideas

Vol 3 No 2 (2023) 359-364 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v3i2.2714

Volume 4 No. 2 Oktober 2017, Hal 1-10.

Yasa Cendriyansyah dan Ati Mustikasari. 2017. Pengaruh personal selling Terhadap Keputusan Pembelian. Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017, Hal 213-222, ISSN 2442-5826.