

RINGKASAN ISI :

Semakin banyaknya produk printer inkjet yang ditawarkan di masyarakat membuat konsumen memiliki banyak alternatif pilihan serta semakin kritis, hati-hati dan selektif dalam memilih. Ditambah lagi dengan usaha yang dilakukan oleh para produsen agar produknya berbeda dari produk pesaing melalui diferensiasi terhadap atribut produk seperti kemasan, ciri, corak, label dan merek yang menempel pada produk tersebut.

Hewlett Packard merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam industri komputer dan printer menerapkan strategi *Quality Function Deployment*, yaitu strategi yang berusaha untuk menterjemahkan apa yang dihasilkan organisasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Sehingga produk yang diharapkan dapat disukai. Diharapkan dengan menyukai produk tersebut pelanggan akan merasa puas. suatu produk yang dapat memuaskan konsumen tidak hanya dari produk itu sendiri, tetapi lebih ditekankan atau dirasakan dari manfaat produk itu sendiri. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah produk printer inkjet itu bermanfaat atau tidak, dapat diketahui dari hasil tanggapan konsumen terhadap kualitas produk tersebut.

Penelitian ini dititik beratkan pada kualitas produk ditinjau dari sudut pandang pelanggan, oleh karena itu maka penelitian ini memilih produk printer inkjet Hewlett Packard 420 C yang memiliki pangsa pasar yang lebih besar. Sedangkan tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui ada pengaruh atau tidaknya kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk printer Hewlett Packard Deskjet 420 C di Surabaya.

Konsep yang digunakan adalah konsep kualitas produk menurut Kotler dan konsep kepuasan pelanggan menurut Mowen. Sedangkan Teori yang digunakan adalah teori pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menurut Kotler.


Jenis penelitian yang dilakukan adalah konklusif eksperimental yang merupakan penelitian yang mempunyai tujuan yang spesifik, sempit, dan dalam dengan hasil – hasil yang bersifat nyata dan tuntas kemudian juga mampu untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dari peubah bebas terhadap peubah tidak bebas. Dimana peubah bebas adalah kualitas produk dan peubah tidak bebas adalah kepuasan pelanggan. Kualitas produk diukur melalui 5 aras produk yang dikemukakan oleh Kotler dan kepuasan pelanggan diukur melalui atribut – atribut kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Dutka.

Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner selama 3 bulan, dimana target dan karakteristik populasinya adalah semua pelanggan yang pernah membeli dan pernah menggunakan printer inkjet Hewlett Packard 420 C dengan frekwensi penggunaan sebanyak 5 kali dalam 5 bulan terakhir. Metode pengambilan Sample dengan *Quota Sampling* (karena ada batasan – batasan khusus tentang respondennya). Aras pengukuran yang digunakan adalah aras interval dengan menggunakan *Semantic Differential Scale*.

Metode pengolahan data yang digunakan dengan regresi linier dan analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan uji t untuk nilai intercept dan nilai koefisien regresi dimana H_0 ditolak jika signifikansi $t < \alpha = 5 \%$, pengolahan data menggunakan bantuan program komputer *SPSS For Windows 95* dari hasil pengolahan data diperoleh nilai $b = 0,824$ dan nilai $a = 0,724$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,70 dengan nilai derajat kepercayaan (α) $< 5 \%$ sehingga kesimpulan bahwa hasil pengolahan data adalah signifikan dan H_0 ditolak sehingga dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap

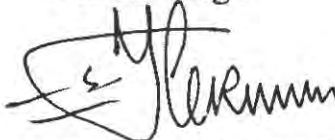
kepuasan pelanggan Hewlett Packard 420 C di Surabaya, dengan besarnya pengaruh sebesar 70 % dan 30 % dipengaruhi faktor lain. Faktor – faktor tersebut dapat berupa harga yang tidak sesuai dengan manfaat yang ditawarkan, promosi yang kurang menunjang dan jaringan distribusi yang kurang terstruktur. Jadi dapat dikatakan bahwa kualitas produk bukanlah satu – satunya faktor pembentuk kepuasan pelanggan, tetapi masih ada faktor – faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Surabaya,


Tjiang Franky Hamdani


Mengetahui,

Pembimbing I



Heru Suprihadi, S.E., M. S

Pembimbing II



Drs. Ec. A. Budhiman Setyawan, MSIE

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs.ec. Frits A.M. Faah., M.Si