

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN SMARTPHONE MEREK OPPO DI KEBUMEN**

**Aji Nugroho**

Program Studio Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Purworejo.

## **ABSTRAK**

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Word Of Mouth dengan Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Smartphone Merek Oppo Di Kebumen". 2018. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan citra merek terhadap word of variable intervening. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner menggunakan skala Likert 4 pilihan. Populasi dari penelitian ini yaitu pelajar dan mahasiswa di Kebumen kota yang menggunakan smartphone merek Oppo. Metode pemilihan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden 100 orang. Hipotesis diuji menggunakan teknik analisis jalur dan diolah dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heterokedastisitas dan model memenuhi asumsi normal. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif sebesar 30,3% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif sebesar 50% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth menunjukkan pengaruh positif sebesar 79,3% namun tidak signifikan terhadap word of mouth. Pengaruh citra merek terhadap word of mouth menunjukkan pengaruh positif sebesar 45,9 % dan signifikan terhadap word of mouth. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap word of mouth menunjukkan pengaruh positif sebesar 45,9% dan signifikan terhadap word of mouth.

**Kata kunci:** *kepuasan pelanggan, word of mouth.*

## **A. PENDAHULUAN**

Kemajuan dunia teknologi informasi yang begitu cepat di tunjang dengan penemuan dan inovasi telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Contohnya pesatnya perkembangan teknologi informasi adalah perkembangan dari smartphone. Seiring berjalannya waktu kebutuhan masyarakat semakin meningkat.

Hal ini menyebabkan perusahaan smartphone berlomba-lomba untuk membuat inovasi dan meningkatkan kualitas smartphone. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan word of mouth karena word of mouth merupakan hal penting dalam pemasaran sebuah produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :1) Untuk menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada smartphone merek Oppo di Kebumen.2) Untuk menganalisis citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada smartphone merek Oppo di Kebumen.3) Untuk menganalisis kualitas produk terhadap word of mouth pada smartphone merek Oppo di Kebumen.4) Untuk menganalisis citra merek terhadap word of mouth smartphone merek Oppo di Kebumen.5) Untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap word of mouth pada Smartphone merek Oppo di Kebumen.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan teknik analisis data yang digunakan. Dilakukan pada responden dalam jumlah terbatas di lapangan tanpa menambah dan mengurangnya. pengumpulan data menggunakan beberapa jenis teknik analisis data seperti analisis deskriptif, statistik dan korelasi.

Penelitian ini dilaksanakan di Kebumen. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2017.

Penelitian ini melibatkan tiga variabel yaitu:

1. Variabel dependen (terikat)

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena variabel bebas (Sugiyono, 2010:61). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Word of mouth.

## 2. Variabel Intervening

Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2010:61).

## 3. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen atau terikat (Sugiyono, 2010:61). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan citra merek.

Obyek dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan citra merek sebagai variable bebas, kepuasan pelanggan sebagai variable intervening, dan word of mouth sebagai variabel terikat.

Subyek dalam penelitian ini yaitu pelajar dan mahasiswa yang menggunakan smartphone merek Oppo di Kebumen.

## C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Regresi Substruktural II

No	Notasi	Koefisien Regresi
1	p1	0,148
2	p2	0,210
3	p3	0,459
4	$\epsilon_2$	0,724

Sumber: data primer diolah 2016

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Hasil dari penelitian menunjukkan nilai koefisien beta pada hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,303 atau 30,3% dengan t hitung sebesar 4,157 > dari t tabel 1,984 dan nilai probabilitas sig sebesar 0,000 < 0,05. Maka keputusannya ialah hipotesis diterima dan variabel kualitas produk berpengaruh

positif serta terdapat hubungan langsung terhadap kepuasan pelanggan produk smartphone merek Oppo. Adjuster R2 substruktural 1 sebesar 0,500 atau 50% variansi dari variabel intervening sebesar 50% sehingga koefisien pengaru variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 50%. Studi ini memperkuat penelitian riset studi dilakukan oleh Agus Irwanto, Fachtur Rohman, dan Noermijati (2005) yang menyatakan bahwa

1. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaru citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan koefisien beta pada hubungan citra merek terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,582 atau 58,2% dengan t itung sebesar 7,984 > dari t tabel 1,984 dan nilai probablitas sig sebesar 0,000 < 0,005. Maka keputusannya ialah hipotesis diterima variabel citra merek berpengaruh positif serta terdapat ubungan langsung teradap kepuasan pelanggan produk smartphone merek Oppo di Kebumen. Adjusted R2 substruktural 1 sebesar 0,500 atau 50%variansi dari variabel intervening dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 50% sehingga koefisien pengaru variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 50%. Studi ini memperkuat penelitian riset studi Balqis Diab (2009) yang menyatakan bahwa citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth dengan hasil uji t 79,3 atau 179,3% dengan taraf signifikansi 0,076 > 0,05 yang berarti tidak signifikan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan responden diketahui bahwa kualitas produk berperengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi hal tersebut tidak membuat mereka merekomendasikan kepada orang lain.

### 3. Pengaruh citra merek terhadap word of mouth

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap word of mouth. Hasil dari penelitian koefisien beta pada hubungan citra merek terhadap word of mouth adalah 0,210 atau 21% dengan t hitung sebesar 2,155 > dari t tabel 1,985 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,034, 0,05, maka keputusannya ialah hipotesis diterima dan variabel citra merek berpengaruh positif serta terdapat hubungan langsung terhadap word of mouth. Adjusted R<sup>2</sup> substruktural 2 sebesar 0,459 artinya 45,9% variansi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variansi variabel lain independen melalui variabel intervening sebesar 45,9%. Sehingga koefisien pengaruh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 54,1%. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap word of mouth

Pengujian hipotesis kelima dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap word of mouth. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien beta pada hubungan kepuasan pelanggan terhadap word of mouth sebesar 0,459 atau 45,9% dengan t hitung sebesar 4,346 > dari t tabel 1,985 dan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000 < 0,05, maka keputusannya ialah hipotesis diterima dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif serta terdapat hubungan langsung terhadap word of mouth. Adjusted R<sup>2</sup> substruktural 2 sebesar 0,459 artinya 45,9% variansi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variansi variabel intervening sebesar 45,9% sehingga koefisien pengaruh lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 54,1%.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dan word of mouth (Y2) pada pengguna smartphone merek Asus di Kebumen dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model

memenuhi asumsi normal. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif sebesar 30,3% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif sebesar 50% dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas produk terhadap word of mouth menunjukkan pengaruh positif sebesar 79,3% namun tidak signifikan terhadap word of mouth. Pengaruh citra merek terhadap word of mouth menunjukkan pengaruh positif sebesar 45,9 % dan signifikan terhadap word of mouth. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap word of mouth menunjukkan pengaruh positif sebesar 45,9% dan signifikan terhadap word of mouth.

Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk meningkatkan word of mouth smartphone merek Oppo adalah:

Meningkatkan kualitas produk yang jauh lebih baik seperti meningkatkan daya tahan supaya produk lebih awet, meningkatkan kehandalan supaya tidak sering mengalami kerusakan dan melakukan inovasi pada desain supaya lebih menarik

Dari hasil penelitian diketahui bahwa citra merek berpengaruh terhadap word of mouth. Oleh sebab itu, maka penulis menyarankan untuk lebih sering memperkenalkan smartphone merek Oppo dengan cara mengikuti event dan ikut menjadi sponsor agar smartphone asus lebih dikenal masyarakat.

Smartphone Oppo sebaiknya lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Konsumen dalam penggunaan smartphone Oppo harus lebih merasa senang dan puas dengan tipe-tipe serta fitur yang lebih up to date yang ditawarkan agar konsumen tidak mudah beralih ke produk pesaing.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas karakteristik responden menjadi masyarakat di Kebumen agar penelitian menjadi lebih baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Irwanto Agus at al. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas dan Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word of Mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek. Malang: Universitas Brawijaya Malang.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta

