

KEPUASAN KONSUMEN SANDAL SWALLOW DENGAN METODE STATISTIK DESKRIPTIF

Anisa Fadhila Mahsun¹

¹Department of Psychology, Diponegoro University
Tembalang, Semarang City
anisafadhila21@gmail.com

Diah Permata Hadianingrum²

²Department of Psychology, Diponegoro University
Tembalang, Semarang City
diahadianingrum@gmail.com

Muhammad Azmii Sajid³

³Department of Psychology, Diponegoro University
Tembalang, Semarang City
muhammadazsa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to know how the quality and service of sanda swallow has a degree of customer satisfaction. The study was conducted ata total of 43 participants with 19 working participants, 24 of whom were 16 - year - old students or students Years and swallow slippers in the last six months. Data collection Is carried out using a likert scale method spread out. Data analysis from this study uses descriptive statistic study that aims to know analysis to know consumer satisfaction swallow. The study used a measure of the lyert scale with four points. From religious testing, we identify the cronbach alpha score by 0875, and from validity tests, we use different power tests with no aitem with a differential test score of 0.3. The descriptive statistical analysis test was obtained that the service aspect of the total value 4, the average service satisfaction aspect of 3.5, the quality aspect of 3.6, the brand aspect of 3.6, and the price aspect of 3.5. With the average acquisition of every aspect as noted, it could be argued that the consumer was content with swallow slippers.

Keywords: *swallow slipper, satisfaction, quality.*

PENDAHULUAN

Sandal jepit Swallow yang begitu akrab dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia ternyata diproduksi oleh perusahaan bernama PT Garuda Mas Prakarsa yang sudah berdiri dan berkembang cukup lama sejak tahun 1984. Produk alas kaki legendaris ini memang mudah dijumpai di berbagai daerah di Indonesia, seolah sudah jadi andalan sebagian besar orang Indonesia untuk dipakai sehari-hari, baik di kota-kota besar maupun pelosok-pelosok desa. Karena kelegendarisannya inilah sampai tercipta kalimat “bukan orang Indonesia jika tidak tahu sandal Swallow”. Pemakaiannya yang mudah, desainnya yang simpel, dan terlebih harganya yang murah membuat banyak orang membeli produk sandal Swallow ini.

Di era pasar bebas yang penuh persaingan yang sangat ketat ini, membuat perusahaan berkewajiban untuk mampu bertahan dan bersaing dengan meningkatkan kualitas, mempertahankan citra produk, dan inovasi perusahaan. bukan hanya itu, perusahaan juga harus mengerti bagaimana produk tersebut di mata konsumen guna mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut guna mempertahankan eksistensi perusahaan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Adapun tujuan dari kewajiban tersebut adalah untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan meningkatkan gaya hidup mereka dengan memberikan yang terbaik sesuai dengan citra merek produk, sehingga nantinya pelanggan tidak kecewa dan beralih ke produk lain.

Pada tahun 2020 telah dilakukan *preliminary research* berupa survei singkat mengenai tren alas kaki terhadap 53 orang berusia 17-21 tahun di Jakarta. Dari hasil survei tersebut menjelaskan bahwa ada 69% orang lebih memilih menggunakan sandal jepit.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek, dan harga yang diberikan oleh sandal Swallow. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui kepuasan konsumen sandal Swallow.

TINJAUAN LITERATUR

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam donni juni priansah (2017: p.196). adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang diperkirakan terhadap kinerja hasil yang diharapkan.

Salah satu aspek penting dalam untuk menarik konsumen ada pula dari kualitas pelayanan, bila pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik, maka konsumen akan senang dan kembali membeli barang tersebut. Menurut Kotler(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan . apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Dengan produk yang berkualitas sangat baik tersebut PT Sinar Jaya Prakarsa sebagai perusahaan sandal Swallow memberikan harga yang terjangkau atau merakyat untuk para konsumennya dengan tujuan untuk meningkatkan gaya hidup konsumennya. Oleh karena itu Swallow selalu memberikan produk-produk yang berkualitas kepada setiap konsumennya. Sejak awal, pabrik Swallow ini memang didirikan sebagai perusahaan yang memproduksi sandal karet dengan bahan dan teknologi yang berkualitas tinggi. Dua bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi sandal jepit Swallow adalah karet alam kelas internasional dan EVA (Ethylene-Vinyl Acetate). Pabrik juga meningkatkan kapasitas maksimum menjadi hampir lima kali lipat dari kapasitas awal, hingga dari pengalaman tersebut PT Sinar Jaya Prakarsa berhasil belajar memproduksi dan merakit mesin sendiri, seperti mesin pengaduk intensif karet, mesin pelubang, dan masih banyak lagi.

Citra merek menurut Kotler dan Keller (2016) adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari hal – hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing. Menurut Kenneth dan Donald (2018) citra merek mencerminkan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta produk atau lini produk individu. Dengan citra merek Swallow yang sudah dikenal oleh konsumen atau calon konsumen dengan harganya yang murah, simpel, dan nyaman membuat konsumen merasa puas dengan produk Swallow. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk atau jasa tersebut (Sumarwan, 2002; dalam Manurung, 2009).

Menurut Deliyanti Oentoro, (2012) dalam Sudaryono (2012:216) Harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang ataupun kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam

arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

METODE RISET

Penelitian ini dimulai dari menentukan tema riset dan objek yang akan diteliti lalu mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang ingin dijadikan untuk penelitian, menentukan subjek penelitian, lalu kami mengirim surat izin kepada PT Garuda Mas Perkasa untuk melakukan survey kepuasan konsumen sandal Swallow. Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa skala likert dengan bentuk skala interval 4 poin untuk pilihan jawaban. Responden kemudian diminta untuk memilih satu dari empat pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang telah mereka miliki. lalu melakukan survey yang di lembar awalnya sudah terdapat *informed consent*, setelah data terkumpul, lalu kami lakukan analisis data, dilanjutkan dengan merumuskan hasil penelitian dan pembahasan, dan diakhiri dengan kesimpulan, keterbatasan, dan saran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen sandal Swallow melalui statistik *mean*, *max*, *min*, dan standar deviasi. Adapun variabel yang kami gunakan untuk mengukur kepuasan diantaranya kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek, dan harga. Sebelum melakukan analisis statistik deskriptif, kami lakukan uji reliabilitas dan validitas terlebih dahulu. Kami menggunakan *software* JASP untuk melakukan analisis data.

ANALISIS DATA DAN DISKUSI

A. Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan aspek kualitas layanan, kualitas produk, citra merek, dan harga. Dibawah ini merupakan alat ukur yang kami gunakan beserta rekap kumulatif hasil skoring.

	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Aspek Layanan					
1.	Pada saat membeli Sandal Swallow secara, pelayanan yang diberikan cepat	-	-	24	19
2.	Pada saat membeli Sandal Swallow, pelayanan yang diberikan tanggap	-	1	24	18
3.	Pada saat membeli Sandal Swallow, tidak mengantri	1	-	12	30
4.	Pada saat membeli Sandal Swallow, pelayanan ramah dan sopan	-	1	21	21
Aspek Kualitas					
5.	Bahan Sandal Swallow sesuai dengan harapan anda	-	1	17	25
6.	Bentuk Sandal Swallow sesuai dengan harapan anda	-	1	18	24
7.	Sandal Swallow tahan lama, tidak mudah jebol, robek, dan rusak	-	4	13	26
8.	Sandal Swallow nyaman digunakan	-	1	9	33
Aspek Merk					
9.	Merk Swallow sudah tidak asing lagi bagi anda	-	-	3	40
10.	Merk Swallow menggambarkan kualitas produknya	-	2	14	27
11.	Saat memikirkan merk sandal, pikiran anda akan tertuju pada merk Swallow	1	4	16	22
12.	Menurut anda, merk Swallow memiliki keunikan tersendiri	-	3	20	20
Aspek Harga					

13.	Harga Sandal Swallow sesuai dengan kualitasnya	-	1	17	25
14.	Harga Sandal Swallow bersaing dengan harga sandal lain dikelasnya	-	4	17	22
15.	Harga Sandal Swallow bervariasi dibandingkan dengan sandal merk lain	-	6	18	19
16.	Harga Sandal Swallow terjangkau oleh semua kalangan	-	1	7	35

B. Reliabilitas dan Validitas

Sebelum dilakukan analisis data deskriptif, dilakukan terlebih dahulu uji reliabilitas dan validitas dengan hasil sebagai berikut

Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.875
95% CI lower bound	0.810
95% CI upper bound	0.921

Keterangan:

- Tabel berwarna merah menunjukkan aspek pelayanan
- Tabel berwarna kuning menunjukkan aspek kualitas
- Tabel berwarna orange menunjukkan aspek citra merek
- Tabel berwarna biru menunjukkan aspek harga

Item	Cronbach's α	Item-rest correlation	Item	Cronbach's α	Item-rest correlation
Aitem 1	0.868	0.503	Aitem 9	0.875	0.330

Aitem 2	0.870	0.447	Aitem 10	0.872	0.409
Aitem 3	0.867	0.517	Aitem 11	0.866	0.565
Aitem 4	0.868	0.516	Aitem 12	0.862	0.627
Aitem 5	0.872	0.399	Aitem 13	0.865	0.567
Aitem 6	0.865	0.588	Aitem 14	0.859	0.684
Aitem 7	0.868	0.519	Aitem 15	0.869	0.508
Aitem 8	0.862	0.682	Aitem 16	0.872	0.407

Kedua tabel diatas menunjukkan reliabilitas dan validitas, kami memperoleh nilai cronbach alpha sebesar 0.875, maka dapat dinyatakan alat ukur yang kami gunakan reliabel karena >0.7 , dan untuk validitas kami gunakan uji daya beda dengan hasil tidak ada aitem yang dengan skor uji daya beda dibawah 0.3, maka dapat dinyatakan alat ukur yang kami gunakan valid. Dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang kami gunakan reliabel dan valid.

C. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif data penelitian ini menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, *sum*, *range*, kurtosis, dan kemencengan distribusi (*skewness*).

Analisis	Aitem 1	Aitem 2	Aitem 3	Aitem 4	Aitem 5	Aitem 6	Aitem 7	Aitem 8
Valid	43	43	43	43	43	43	43	43
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.442	3.395	3.651	3.465	3.558	3.535	3.512	3.744

Std. Deviation	0.502	0.541	0.613	0.550	0.548	0.550	0.668	0.492
Skewness	0.243	-0.035	-2.244	-0.307	-0.696	-0.594	-1.049	-1.769
Std. Error of Skewness	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361
Kurtosis	-2.038	-1.047	6.909	-1.030	-0.635	-0.779	-0.020	2.450
Std. Error of Kurtosis	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709
Range	1.000	2.000	3.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Minimum	3.000	2.000	1.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Maximum	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Sum	148.00 0	146.00 0	157.00 0	149.00 0	153.00 0	152.00 0	151.00 0	161.00 0

Analisis	Aitem 9	Aitem 10	Aitem 11	Aitem 12	Aitem 13	Aitem 14	Aitem 15	Aitem 16
Valid	43	43	43	43	43	43	43	43
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.930	3.581	3.372	3.395	3.558	3.419	3.302	3.791
Std. Deviation	0.258	0.587	0.757	0.623	0.548	0.663	0.708	0.466
Skewness	-3.501	-1.072	-1.099	-0.514	-0.696	-0.715	-0.513	-2.193

Std. Error of Skewness	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361	0.361
Kurtosis	10.755	0.232	0.927	-0.569	-0.635	-0.493	-0.835	4.402
Std. Error of Kurtosis	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709	0.709
Range	1.000	2.000	3.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Minimum	3.000	2.000	1.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Maximum	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Sum	169.00 0	154.000	145.00 0	146.00 0	153.00 0	147.00 0	142.00 0	163.00 0

Dari tabel diatas didapatkan bahwa pada aspek pelayanan dari nilai utuh 4, rata-rata aspek kepuasan pelayanan sebesar 3.5, aspek kualitas sebesar 3.6, aspek merek sebesar 3.6, dan aspek harga sebesar 3.5. Dengan perolehan rata-rata setiap aspek seperti yang disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen puas terhadap sandal Swallow.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam donni juni priansah (2017: p.196). adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang diperkirakan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Dalam penelitian ini kami meninjau kepuasan konsumen sandal Swallow dari aspek kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek, dan harga produk.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dipahami dari beberapa pendapat para ahli sebagai berikut: 1) Persepsi dan sikap pelanggan terhadap produk suatu perusahaan sesuai dengan harapan (Aritonang, 3: 2010); 2) Pernyataan perasaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk dan kenyataan yang dialami oleh seorang pelanggan (Simamora, 4:2009); 3) Tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut adalah untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. (Wyckup, 2002). Kepuasan pelayanan menjadi salah satu aspek kepuasan konsumen

terhadap suatu produk karena pelayanan saat membeli produk merupakan gerbang dan kesan awal konsumen terhadap produk dan merek.

Salah satu penelitian sebelumnya (Nilasari & Istiatin: 2015) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel tangible (wujud fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, terbukti. Dengan begitu kualitas pelayanan merupakan aspek yang penting dalam kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini rata-rata kualitas pelayanan dalam membeli Sandal Swallow sebanyak 3.5 dari 4.0, nilai tersebut tergolong tinggi, dalam aspek kepuasan, partisipan setuju bahwa pelayanan yang diberikan cepat, tanggap, ramah dan sopan, dan sangat setuju bahwa saat membeli Sandal Swallow tidak perlu mengantri. Adapun nilai minimum dalam aspek ini adalah 1 dan nilai maksimumnya adalah 4. Kesimpulannya dengan rata-rata 3.5 menunjukkan bahwa partisipan konsumen Sandal Swallow puas dengan kualitas pelayanan saat membeli Sandal Swallow.

2. Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2013), kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Kotler dan Armstrong (2013) berpendapat bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas penting artinya dan merupakan salah satu faktor keunggulan yang kompetitif. Kedudukan kualitas menjadi sangat penting sejak persaingan pasar dunia semakin ketat.

Salah satu penelitian sebelumnya (Gaol, dkk: 2008) mengungkapkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa telah memiliki kualitas produk dalam kategori cukup baik atau cukup berkualitas. Selain itu, mayoritas responden berpendapat bahwa mereka telah merasakan cukup puas dalam menggunakan produk yang telah dibeli oleh mereka pada Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa dan terdapat sifat keeratan hubungan yang cukup kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, juga diperoleh bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini didapatkan rata-rata 3.6 dari 4.0, nilai tersebut tergolong tinggi, partisipan sangat setuju bahwa bahan, bentuk, keawetan, dan kenyamanan Sandal Swallow seperti apa yang mereka harapkan. Adapun nilai minimum dalam aspek ini adalah 1 dan nilai maksimumnya adalah 4. Kesimpulannya dengan rata-rata 3.6 menunjukkan bahwa partisipan konsumen Sandal Swallow puas dengan kualitas produk Sandal Swallow.

3. Citra Merek

Menurut Kotler (1997:63), berpendapat merek adalah penanda dari suatu produk, barang atau jasa yang digunakan oleh seseorang untuk menandakan produk yang dijual. Menurut Tjiptono (2002:149) merek adalah penanda yang dibuat oleh seseorang dengan menggunakan sebuah simbol sebagai penanda akan produk yang dibuat. Merek menandakan terjadinya hubungan antara penjual dan pembeli. Merek yang berkualitas menandakan kualitas barang yang dijual baik. Apabila merek sudah memberikan kepuasan, maka konsumen biasanya melakukan *words of mouth* yang positif kepada orang terkait dengan merek yang ada pada produk yang telah dibelinya. Banyak perusahaan yang dengan sengaja memberikan kepuasan pada merek, guna untuk meningkatkan keuntungan atau laba bagi perusahaan. Oleh karena itu, pembentukan merek pada produk sangat diperlukan, karena itu merupakan keputusan sikap atau perilaku pada konsumen. Jadi citra merek yang positif akan menyebabkan terjadinya kepuasan pada pelanggannya.

Beberapa penelitian sebelumnya (Yana, dkk: 2015) mengungkapkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (Fitriani: 2019) dalam skripsinya juga menyimpulkan bahwa citra merek berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Aspek citra merek dalam penelitian ini didapatkan nilai rata-rata 3.6 dari 4.0, nilai tersebut merupakan nilai yang tinggi, partisipan setuju bahwa Sandal Swallow memiliki keunikan tersendiri dan jika memikirkan sandal akan langsung tertuju pada merk swallow, partisipan pun sangat setuju bahwa merek swallow sudah tidak asing lagi dan memang menggambarkan kualitasnya. Adapun nilai minimum dalam aspek ini adalah 1 sedangkan nilai maksimumnya adalah 4. Kesimpulannya dengan rata-rata 3.6 menunjukkan bahwa partisipan konsumen Sandal Swallow puas dengan citra merek swallow.

4. Harga Produk

Menurut Basu swastha (2000:15) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen

dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli (Umar 2002:32). Harga merupakan suatu hal yang mutlak dalam jual beli, pada intinya harga menunjukkan nilai suatu barang, oleh karena itu harga merupakan suatu komponen yang penting dalam kepuasan konsumen.

Adapun salah satu penelitian sebelumnya (Nugroho: 2011) dalam skripsinya menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Mahasiswa Ekonomi Unnes untuk produk Notebook Acer, penelitian lainnya (Riskawati: 2020) dalam skripsinya juga menyimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Aspek harga produk dalam penelitian ini didapatkan nilai rata-rata 3.5 dari 4.0, nilai tersebut merupakan nilai yang tinggi, partisipan setuju bahwa harga Sandal Swallow bervariasi dan bersaing dengan sandal-sandal lain dikelasnya, partisipan pun sangat setuju bahwa harga Sandal Swallow terjangkau untuk umum dan sesuai dengan kualitasnya. Adapun nilai minimum dalam aspek ini adalah 2 sedangkan nilai maksimumnya adalah 4. Kesimpulannya dengan rata-rata 3.5 menunjukkan bahwa partisipan konsumen Sandal Swallow puas dengan harga produk Sandal Swallow.

Seperti yang dijelaskan dalam paragraf-paragraf sebelumnya, keempat aspek tersebut yang meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek, dan harga produk merupakan aspek-aspek yang penting dalam kepuasan konsumen. Rata-rata nilai dari keempat aspek tersebut adalah 3.55, dengan rata-rata tersebut dapat diketahui bahwa partisipan puas dengan produk Sandal Swallow.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang diperkirakan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Didapatkan kesimpulan dari penelitian di atas bahwa partisipan konsumen sandal swallow memiliki kepuasan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan dalam pembelian sandal swallow yang cepat, tanggap, ramah dan sopan. Kemudian untuk kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Kesimpulan kualitas produk dari penelitian di atas bahwa partisipan konsumen sandal swallow memiliki

kepuasan terhadap kualitas produk sandal swallow yang awet dan nyaman. Citra Merk adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari hal – hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing. Kesimpulan yang didapatkan dari citra merek bahwa partisipan konsumen sandal swallow memiliki kepuasan yang tinggi terhadap citra merek swallow yang unik. Harga produk adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang ataupun kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Kesimpulan yang didapatkan dari harga produk bahwa partisipan konsumen sandal swallow memiliki kepuasan terhadap harga produk sandal swallow yang dapat bersaing dengan sandal-sandal lain.

Namun, kekurangan dari penelitian ini adalah rata-rata standar deviasi aspek kepuasan pelayanan sebesar 0.6, aspek kualitas sebesar 0.6, aspek merk sebesar 0.6, dan aspek harga sebesar 0.6. Dengan begitu standar deviasi keempat aspek tersebut masih jauh dibawah rata-rata, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini belum bisa mewakili seluruh populasi konsumen Sandal Swallow. Hal ini dikarenakan partisipan dalam penelitian ini yang hanya berjumlah 43. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah partisipan, karena dalam metode kuantitatif, lebih banyak partisipan maka lebih baik data yang dihasilkan.

REFERENSI

Fitriani. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas*. (Skripsi) Program Sarjana Universitas Sanata Dharma.

Gaol, L. A., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen (survei pada mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi tahun akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang menggunakan smartphone samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1).

Istiatin & Nilasari, E. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(1).

Nugroho, E. P. (2011). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna notebook Acer (Studi kasus mahasiswa UNNES Fakultas Ekonomi)*. (Skripsi) Program Sarjana Universitas Negeri Semarang.

Riskawati, E. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk herbal penawar al wahida (HPA) di Kota Jambi*. (Skripsi) Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin.

Sukardi. (2018). Kepuasan Pelanggan terhadap Sepatu Merek Mitra di Kalangan Mahasiswi Politeknik TMKM dengan Metode Kualitatif dan Servqual. *Ikraith Ekonomika*, 1(2).

Yana, R. D., Suharyono, & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (survei pada konsumen produk busana muslim dian pelangi di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).