ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERAMIK USAHA KARYA KLAMPOK

Studi Empiris pada Perusahaan Keramik Usaha Karya Klampok

RINGKASAN SKRIPSI

ALFANSA TERRA SABDARIFA

2116 29124

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

SEPTEMBER 2021

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS DAN ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KERAMIK USAHA KARYA KLAMPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALFANSA TERRA SABDARIFA

No. Mhs.: 211629124

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Kamis tanggal 4 Maret 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing,	Ketua/Penguji,
Tri Heru, Drs., M.Si.	Nuning Kristiani, SE., MM

Yogyakarta, 4 Maret 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,

Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk di Keramik Usaha Karya Klampok, dilihat dari faktor harga, kualitas, dan etika bisnis, serta untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling dengan jumlah 40 sampel. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil analisis regresi menunjukan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, etika bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas paling dominan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di keramik usaha karya klampok.

Kata kunci : harga, kualitas produk, dan etika bisnis dan kepuasan pelanggan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

The purpose of this research is what factors affect customer satisfaction in buying products at Keramik Usaha Karya Klampok, seen from the factors of price, quality, and business ethics, as well as to find out what factors are most dominant in influencing customer satisfaction. The sampling method used was Simple Random Sampling with a total of 40 samples. The questionnaire is used as a data collection tool. The results of regression analysis show that price has a significant positive effect on customer satisfaction, quality has a significant positive effect on customer satisfaction, business ethics has a significant positive effect on customer satisfaction. The most dominant quality variable has an influence on customer satisfaction in Keramik Usaha Karya Klampok.

Keywords: price, product quality, and business ethics and customer satisfaction

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang Masalah

Di zaman yang sudah maju khususnya bisnis industri keramik terjadi persaingan usaha yang sangat tinggi, hal ini memaksa para pengusaha bisnis untuk tetap menjaga komoditi keramik. Dalam hal ini pelaku bisnis khususnya penjual dipaksa mengerti perilaku pembeli pada pasar yang dimana hal ini menawarkan atau menjual produk dengan kualitas yang baik, dengan harga bersaing juga diimbangi dengan well-service kepada pelanggan.

Dunia bisnis juga dipengaruhi oleh teknologi yang berkembang pesar. Pembeli meminta produk yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan hidup, selera masing-masing juga daya beli itu sendiri. Ini disebabkan karena perusahaan memiliki tingkat kompetisi yang ketat sehingga muncul konsumen yang bervariatif. Marketing yang beragam jenis dan bentuknya, peran dari kualitas produk akan semakin bergantung pada pertumbuhan bisnis (Purwati, 2012). Penting halnya, bagi setiap pembisnis memahami tingkah laku konsumen yang kedepannya akan semakin berkembang.

Seiring berjalan perkembangan ilmu tentang bahan baku, pembuatan keramik semakin tahun semakin mengalami kemajuan. Dahulu hanya diproduksi dari mineral alam yaitu tanah, dan hanya digunakan sebagai gerabah. Namun, saat ini menjadi industri yang besar dengan menggunakan keramik porselin sebagai bahan isolator listrik. Dan untuk itu diperlukan temperatur yang tinggi supaya mendapatkan keramik dengan hasil yang maksimal. Terdapat 2 jenis keramik antara lain:

1. Keramik Tradisional

Keramik ini dibuat dengan menggunakan bahan dasar dari tanah liat. Contoh: Bata, gerabah.

2. Keramik Modern

Keramik ini mempunyai cakupan yang lebih besar dalam penggunaannya. Contoh: Sebagai elektronik, alat komunikasi, aerospace. (Tri sidabutar, 2017)

Pasar dari keramik usaha karya sendiri berfokus pada pasar domestic dan pasar mancanegara, jika di pasar domestic keramik usaha karya berfokus pada penjualan retail dan grosir. Penjualan retail mempunyai showroom sendiri di Jalan raya klampok-banjarnegara. Sedangkan untuk penjualan grosir, keramik usaha karya sudah menjalin kerja sama secara berkelanjutan dalam

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

waktu yang lama dengan Produsen teh di Indonesia seperti Teh poci, teh Tong Tji, teh 2tang, teh gopek, dll. Untuk memasarkan produk masal dari keramik usaha karya yaitu Poci (perangkat minum teh) . Selain bekerja sama dengan produsen the, keramik usaha karya juga memasarkan Produknya ke transmart, dan Mirota batik. Sedangkan pada pasar mancanegara keramik usaha karya memasarkan produknya ke Belanda, Spanyol, Afrika selatan, Mesir.

Cara yang dapat dilakukan salah satunya mengambil hati pembeli dan berusaha memberi service juga kepuasan khusus pada suatu barang yang dijual. Apabila memahami tingkah laku konsumen, tentunya cukup sulit karena konsumen sendiri memiliki karakter yang bervariatif. Lingkungan adalah faktor utama yang mempengaruhi. Perbedaan yang semacam ini yang kemungkinan memiliki pengaruh pada setiap keputusan yang akan diambil oleh konsumen.

Maka dari itu Keramik Usaha Karya menggunakan faktor Harga, Kualitas, dan Etika bisnis sebagai keunggulan bersaing mereka, dan juga untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Keller pengertian kepuasan pelanggan adalah anggapan seseorang tentang produk tersebut yang didasarkan dan dibandingkan antara hasil dengan ekspektasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk di keramik usaha karya klampok, dilihat dari faktor harga, kualitas, dan etika bisnis, dan mengetahui faktor yang mendominasi dalam pengaruh kepuasan konsumen.

Penulis berharap menjadi bahan pertimbangan dan saran kedepannya bagi Keramik usaha karya dalam menentukan kebijakan juga strategi bisnis yang digunakan pada bagian pemasaran.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Rasa atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen setelah mengetahui dan membandingkan antara yang didapatkan dan ekspektasi merupakan Kepuasan Pelanggan (Umar, 2005:65). Jika pembeli merasa satisfying atas barang/jasa yang diberikan oleh penjual, besar kemungkinan akan menjadi konsumen dalam jangka waktu yang cukup lama.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah rasa yang diberikan konsumen yang puas atau tidak puas yang timbul sehabis membandingkan antara kinerja produk yang didapatkan dengan yang dipikirkan (2007:177).

Kualitas Produk

Harga (price) adalah nominal yang akan dibayarkan oleh pembeli kepada penjual atas pembelian barang atau jasa tertentu, sehingga nominal tersebut dapat membawa keuntungan bagi pembeli. (Philip Kolter, 2008:345).

Kualitas Produk atau biasa disebut sebagai Product Quality adalah tolak ukur produk seberapa efisien untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dapat dilihat dari ketepatan, keawetan, kehandalan.

Apabila penjual ingin meraih kualitas produk yang baik maka hal ini diperlukan untuk penerapan standar pada kualitas produk. Hal ini dilakukan supaya mempertahankan kualitas produk itu sendiri sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga pelanggan selalu merasa puas akan produk yang dihasilkan.

Bagi pembisnis yang tidak mementingkan kualitas produk yang mereka jual akan berdampak pada konsumen yang tidak loyal sehingga hal ini juga akan mempengaruhi pemasaran yang tentunya akan mengalami penurunan. Apabila pembisnis mementingkan kualitas produk dan diimbangi dengan teknik pemasaran yang baik misalnya menggunakan iklan maka konsumen juga akan tetap setia pada pembisnis. (Kotler dan Amstrong, 2008).

Etika Bisnis

Etika menurut Wahyu dan Ostaria (2006) adalah cabang ilmu yang mempelajari kualitas atau nilai. Yang mana termasuk didalamnya adalah penerapan konsep benar atau salah, baik atau buruk serta tanggung jawab**.**

Etika merupakan ilmu yang mempelajari baik buruknya sesuatu. Menurut Bekum (2004). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009), bisnis merupakan suatu usaha untuk berdagang, untuk menjual sesuatu, mengkomersilkan sesuatu dalam dunia dagang. Skinner

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(1992), mendefiniskan sebagai alat tukar barang atau jasa yang secara bersamaan memberikan keuntungan bagi para pihak juga tentunya bermanfaat.

Dari semua pengertian yang telah dituliskan, penulis bisa menarik kesimpulan bahwa pelaku bisnis selanjutnya melakukan tindakan dengan rupa sebagai berikut: (1) Memproduksi dan/atau mendistrubusikan jasa atau barang, (2) Memperoleh keuntungan, (3) Mencoba memberi kepuasan pada pelanggan. Membuat barang dan menghasilkan jasa yang bermanfaat bagi bagi pelanggan juga diri sendiri, memperoleh keuntungan dengan benar dan tentunya tunduk terhadap peraturan yang ada (halal dan haram), memberi kepuasan bagi pelanggan dengan pelayanan sebaik mungkin.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis untuk T-1

Hipotesis yang dimanfaatkan supaya pembaca memahai adakah pengaruh yang jelas antara harga terhadap kepuasan konsumen di Keramik Usaha Karya Klampok.

Ho : Tidak ditemukan adanya pengaruh terkait harga atas kepuasan pembeli di Keramik Usaha Karya Klampok.

Ha : Ditemukan pengaruh yang signifikan pada harga atas kepuasan pembeli di Keramik Usaha Karya Klampok.

Hipotesis untuk T-2

Hipotesis yang dimafaatkan supaya pembaca memahami adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Keramik Usaha Karya Klampok.

Ho : Tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan terkait kualitas produk atas kepuasan pembeli di Keramik Usaha Karya Klampok.

Ha : Ditemukan pengaruh yang signifikan antara kualitas produk atas kepuasan pembeli di Keramik Usaha Karya Klampok.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

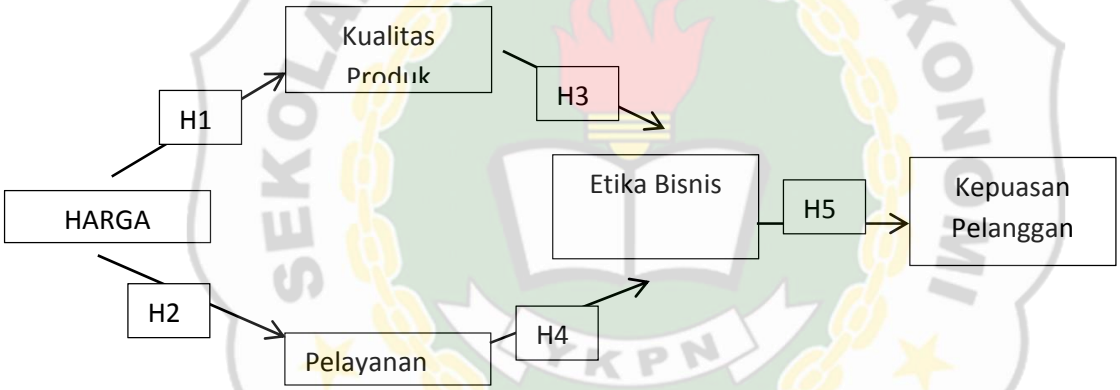
Hipotesis untuk T-3

Hipotesis yang dimanfaatkan supaya pembaca memahami adakah pengaruh yang signifikan antara etika bisnis terhadap kepuasan pelanggan di Keramik Usaha Karya Klampok.

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis atas kepuasan pembeli di Keramik Usaha Karya Klampok.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara etika bisnis atas kepuasan pembeli di Keramik Usaha Karya Klampok.

Kerangka Penelitian



Metode dan Teknik Analisis

Metode yang dipakai pada penulisan ini adalah statistic berganda, artinya regresi untuk menganalisa hubungan variabel independen atas variabel dependen dari dua atau lebih. (Algifari, 2016).

Uji Kualitas Instrumen

Uji Deskriptif

Statistika deskriptif dapat menunjukkan tentang profil responden dan variabel yang ada pada penelitian. Hasil deskriptif ini disajikan dengan bentuk standar deviasi, mean atau rata-rata, maksimum, minimum dari masing-masing variabel (Ghozali, 2006)

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Validitas

Layak atau tidak pernyataan terkait varibael yang ada dalam kuesioner adalah maksud dan tujuan penulis. Data tersebut dinyatakan layak atau valid jika data tersebut dapat menerangkan apa yang diukur melalui kuesioner. Pengukuran dengan dengan membandingkan koefisien korelasi uji T atau mencari perbandingan antara r hitung dan r tabel merupakan uji validitas. Adapun asumsi pengukuran tersebut antara lain:

1. Apabila r hitung > r tabel, maka disimpulkan valid
2. Apabila r hitung < r tabel, maka disimpulkan tidak valid

Uji Multikoloneritas

Uji multikoloneritas memiliki tujuan ditemukan atau tidaknya hubungan antar variabel bebas dengan model regresi (Ghozali, 2016). Apabila model regresi sesuai, tentu tidak akan terjadi hubungan di antara variabel bebas tersebut. Apabila variabel ini berhubungan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tetsebut tidaklah ortogonal. Maksudnya, nilai korelasi dari variabel bebas antara sesame variabel independen yang sama dengan 0.

Nilai cutoff yang sering digunakan untuk menggambarkan multikolonneritas merupakan nilai toleransi < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Dalam hal ini peneliti diharuskan dapat menentukan tingkat koloneritas yang masih ada kemungkinan untuk ditoleransi.

Pembahasan

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Etika Bisnis Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok

Harga, Kualitas Produk dan Etika Bisnis secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok dengan pengujian hipotesisnya yang menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 19,597 > 2,87 dan tingkat signifikansi sebanyak 0,000 < 0,05. Hasil rata-rata jawaban responden pada variable Kepuasan Pelanggan terdapat pada tabel 4.15 di bawah ini:

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.15

Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner

Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Rata-Rata
1.	Secara keseluruhan, Anda merasa puas membeli keramik di keramik usaha karya klampok.	3,68
2.	Kenyataan yang diharapkan dan yang diperoleh sesuai dengan ekspektasi Anda	4,00
3.	Responden akan membeli keramik kembali di keramik usaha karya klampok ini pada waktu selanjutnya.	4,18
4.	Saya selalu mencari tahu perkembangan teknologi Anda akan memberi rekomendasi pada lingkungan sekitar untuk membeli keramik di keramik usaha karya klampok.	3,90
5.	Anda puas terhadap usaha keramik usaha karya klampok ketika mengetahui dan memproses rasa tidak puas yang Anda rasakan.	4,18
Rata-Rata		**3,99**

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel di atas nilai yang diperoleh rata-rata semua butir pernyataan kuesioner menunjukkan nilai rata-rata variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebanyak 3,99. Hal ini berarti responden menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap toko Keramik Usaha Karya Klampok cukup.

Rasa yang diberikan konsumen setelah mendapatkan atau memperoleh produk dan dibandingkan dengan ekspektasi merupakan Kepuasan pelanggan (Umar, 2005:65). Apabila seseorang merasa puas ketika membeli suatu produk, maka besar kemungkinan akan menjadi pelanggan setia dalam jangka waktu yang panjang.

Pernyataan nomor 3 menyebutkan nilai rata-rata tertinggi yakni “Responden akan membeli keramik kembali di keramik usaha karya klampok ini pada waktu selanjutnya.” dan nomor 5 yang menyatakan “Anda puas terhadap usaha keramik usaha karya klampok ketika mengetahui

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan memproses rasa tidak puas yang Anda rasakan.” dengan rata-rata sebanyak 4,18 yang berarti baik. Pernyataan nomer 1 menunjukkan nilai rata-rata terendah yakni“Secara keseluruhan, Anda merasa puas membeli keramik di keramik usaha karya klampok” dengan rata-rata sebanyak 3,68 yang berarti cukup.

Pengaruh Harga Secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok

Secara parsial Harga memiliki pengaruh yang baik dan menjadi peranan penting terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok, ditunjukkan dengan pengujian hipotesisnya dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,184 > 1,688) ditambah tingkat signifikan sebanyak 0,036 < 0,05 yang berarti hipotesis pertama ini **diterima.** Pada prinsipnya, jika harga meningkat otomatis kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Inilah yang menyebabkan harga menjadi berpengaruh positif signifikan atas Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok. Hasil jawaban dari responden yang terdapat pada variabel harga terlampir di tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16

Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner Harga (X1)

No.	Pernyataan	Rata-Rata
1.	Harga produk keramik di keramik Usaha karya Klampok yang dapat dibeli atau dijangkau sesuai kemampuan	4,08
2.	Harga produk di keramik Usaha karya Klampok sesuai dengan kualitas produk.	4,18
3.	Harga produk di keramik Usaha karya Klampok dinilai *affordable* apabila dibandingkan dengan produsen atau kompetitor lain.	3,98
4.	Harga produk yang ditawarkan dinilai setara dengan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut.	3,85
5.	Terdapat potongan harga atau *sale* di keramik usaha karya klampok.	3,80

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

No.	Pernyataan	Rata-Rata
Rata-Rata		3,98

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel di atas nilai yang diperoleh rata-rata semua butir pernyataan kuesioner menunjukkan nilai rata-rata variabel harga (X1) sebanyak 3,98. Pengguna menganggap harga yang dihadirkan Keramik Usaha Karya Klampok cukup. Dalam konteks pemasaran Persepsi harga adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Tjiptono (2005), Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepimilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat kami simpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang.

Nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan nomor 2 yang menyatakan "Harga produk di keramik Usaha karya Klampok sesuai dengan kualitas produk" dengan rata-rata sebanyak 4,18 yang berarti baik, hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan oleh pihak Keramik Usaha Karya Klampok dengan kualitas produk sesuai, karena harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Nilai rata-rata terendah pada pernyataan nomor 5 yang menyatakan "Adanya potongan harga atau discount produk di keramik usaha karya klampok" dengan rata-rata sebanyak 3,80 yang berarti cukup, hal ini menggambarkan tidak semua produk yang dijual terdapat potongan harga, hanya produk tertentu yang memiliki potongan harga.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok

Secara parsial Kualitas Prosuk memberi pengaruh baik serta peranan penting terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok, ditunjukkan dengan pengujian hipotesisnya dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,246 > 1,688) serta tingkat signifikan sebanyak 0,000 < 0,05 yang mana dapat disimpulkan hipotesa kedua ini **diterima.** Seiring dengan meningkatnya kualitas produk, maka dari itu kepuasan konsumen juga akan meningkat, hal ini yang

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menyebabkan kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok. Hasil rata-rata jawaban responden pada variable kualitas produk terdapat pada tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17

Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner Kualitas Produk (X2)

No.	Pernyataan	Rata-Rata
1.	Produk keramik usaha karya klampok memiliki model yang bervariasi.	3,50
2.	Produk dari keramik usaha karya klampok memiliki daya tahan yang baik	3,65
3.	Produk keramikusaha karya memiliki corak (warna) yang bervariasi	3,55
4.	Produk keramik usaha karya gampang dibersihkan dan tidak mudah kotor	3,50
5.	Produk keramik usaha karya klampok memiliki motif yang bervariasi	3,60
Rata-Rata		**3,56**

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas nilai yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden menunjukkan nilai rata-rata variabel kualitas produk (X2) sebanyak 3,56. Responden menganggap kualitas produk yang diberikan Keramik Usaha Karya Klampok cukup, karena produk Keramik Usaha Karya Klampok memiliki model dan corak yang bervariasi, selain itu keraminya juga gampang dibersihkan. Bagi pembisnis yang tidak mementingkan kualitas produk yang dijual, maka akan berdampak pada penjualan produk yang akan menurun. Apabila pembeli mementingkan kualitas ditambah dengan pemasaran melalui iklan juga harga yang masuk akal, maka pembeli biasanya langsung membeli produk tersebut (Kotler dan Amstrong, 2008).

Pernyataan nomor 4 menyebutkan bahwa nilai rata-rata tertinggi yang menyatakan “Produk dari keramik usaha karya klampok memiliki daya tahan yang baik” dengan rata-rata sebanyak 3,65 yang berarti cukup, dapat disimpulkan bahwa produk Keramik Usaha Karya Klampok

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memiliki daya tahan yang cukup baik dibandingkan dengan yang lain. Pernyataan nomer 1 merupakan nilai dengan rata-rata terendah yang menyebutkan "Produk keramik usaha karya klampok memiliki model yang bervariasi" dan nomor 4 yang menyatakan "Produk keramik usaha karya gampang dibersihkan dan tidak mudah kotor" dengan rata-rata sebanyak 3,50 yang berarti cukup, meskipun memiliki daya tahan yang baik, namun tidak jarang susah untuk dibersihkan untuk produk memiliki bentuk tertentu.

Pengaruh Etika Bisnis Secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok

Secara parsial etika bisnis mempunyai pengaruh yang baik dan juga penting terhadap Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok, ditunjukkan dengan pengujian hipotesisnya dimana nilainya $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,272 > 1,688) dan juga tingkat signifikan sebanyak 0,029 < 0,05 yang artinya hipotesa ketiga ini diterima. Seiring dengan meningkatnya kualitas produk, maka dari itu kepuasan konsumen juga akan meningkat. Inilah yang menyebabkan etika bisnis berpengaruh positif yang signifikan atas tingkat Kepuasan Pelanggan Keramik Usaha Karya Klampok. Hasil rata-rata jawaban responden pada variable etika bisnis terdapat pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.18

Hasil rata-rata butir pernyataan kuesioner Etika Bisnis (X3)

No.	Pernyataan	Rata-Rata
1.	Keramik Usaha karya tidak menutupi cacat barang yang dijual.	4,03
2.	Keramik usaha karya klampok tidak melakukan penipuan dalam jual beli produknya.	3,55
3.	Keramik Usaha Karya mau bertanggung jawab terhadap kerusakan barang yang sudah dibeli pelangganya.	4,00
4.	Karyawan keramik Usaha karya berbicara jujur tentang spesifikasi barang dan tidak dilebih-lebihkan saat melayani pelanggan agar	4,00

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

No.	Pernyataan	Rata-Rata
	produknya laku.	
5.	Keramik usaha karya mampu memberikan kepercayaan terhadap pelanggan.	4,10
Rata-Rata		**3,94**

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas nilai yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden menunjukkan nilai rata-rata variabel persepsi harga (X3) sebanyak 3,94. Responden menganggap bahwa etika bisnis yang diberikan pihak Keramik Usaha Karya Klampok mampu membuat pelanggan puas saat membeli produknya. Etika merupakan ilmu yang mempelajari tentang baik buruknya hak dan kewajiban pada moral. Menurut Bekum (2004) etika dapat diartikan sebagai satu kesatuan prinsip moral antara baik dan buruk. Bisnis dengan berbagai macam bentuk tentunya terjadi dikehidupan sehari-hari.

Pernyataan nomor 5 menyebutkan nilai dengan rata-rata tertinggi "Keramik usaha karya mampu memberikan kepercayaan terhadap pelanggan" dengan rata-rata sebanyak 4,10 yang berarti baik, hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang lakukan oleh Keramik Usaha Karya Klampok memberikan kenyamanan kepada pelanggan, karena etika bisnis yang baik salah satunya menghasilkan barang dan jasa yang membawa kebaikan baik itu untuk diri sendiri maupun orang lain, meraih keuntungan dengan cara yang baik dan tunduk pada peraturan yang berlaku serta memberi kepuasan bagi konsumen dengen *service* sebaik mungkin.

Pernyataan nomor 5 menyebutkan nilai dengan rata-rata rendah "Keramik usaha karya klampok jujur dalam melakukan jual beli produk" dengan rata-rata 4,10 yang berarti baik, hal ini dapat disimpulan bahwa etika bisnis dilakukan oleh Keramik Usaha Karya Klampok memberikan kenyamanan kepada pelanggan, karena etika bisnis yang baik salah satunya adalah menghasilkan barang dan jasa dan membawa kebaikan untuk diri sendiri dan orang lain, mendapatkan keuntungan dengan cara yang sebenar-benarnya, tunduk pada peraturan yang berlaku, memberikan pelayanan sehingga memperoleh kepuasan pelanggan dengan sebaik-baiknya. Pernyataan nomor 2 menyebutkan nilai rata-rata rendah yakni "Keramik usaha karya klampok tidak melakukan penipuan dalam jual beli produknuya" rata-rata 3,55 yang berarti cukup, ini menggambarkan belum sepenuhnya pelanggan percaya kepada Keramik Usaha Karya

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Klampok dan masih memiliki rasa takut apabila prosuk yang dijual tidak sesuai denga napa yang jelaskan oleh pihak Keramik Usaha Karya Klampok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari analisa penulis yang selesai dilakukan, penulis mendapatkan beberapa simpulan menarik antara lain:

1. Harga menghendaki pengaruh yang positif dan signifikan atas kepuasan konsumen Keramik Usaha Karya Klampok.
2. Kualitas menghendaki pengaruh yang positif dan signifikan atas kepuasan konsumen Keramik Usaha Karya Klampok.
3. Etika bisnis menghendaki pengaruh yang positif dan signifikan atas kepuasan konsumen Keramik Usaha Karya Klampok.
4. Hal yang paling mendominasi memberikan pengaruh atas kepuasan pelanggan di keramik usaha karya klampok adalah Variabel Kualitas.

Saran

Dari hasil penulisan tersebut, penulis akan memberikan saran yang membangun dan diharapkan dapat memberi manfaat baik itu bagi perusahaan serta pihak lain yang ikut serta didalamnya, yaitu:

1. Peneliti dapat mengambil sampel lebih banyak dari penelitian saat ini dan teknik pengambilan data yang melebihi penulis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Peneliti diharapkan dapat meneliti lebih banyak variabel yang lebih kompleks seperti memasukkan variabel kepercayaan pelanggan, hak cipta dan merek, perilaku konsumen, pemasaran, akses manfaat an kemudahan bagi konsumen di masa yang akan datang.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, penulis menemukan beberapa titik kelemahan dalam proses penulisan serta penyusunan tulisan ini. Antara lain:

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Fokus penulisan inni hanya berpatok pada dimensi variabel harga, kualitas produk, dan etika bisnis. Kepuasan pelanggan berpengaruh pada variabel-variabel tersebut sebanyak 59%, yang mana sisanya yaitu sebanyak 41% dipengaruhi variabel yang lain dan tidak termasuk pada aspek penulisan.

2. Penulis mengambil sampel sebanyak 40 orang yang digunakan untuk penelitian, selanjutnya akan lebih maksimal apabila sampel yang akan digunakan melibatkan responden lebih dari angka tersebut dan hasil penelitian juga tentu memiliki cakupan yang lebih jauh.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. 2016. “Mengukur Kualitas Layanan´. Cetakan ke-1. Yogyakarta: BPFE

Ari Prasetyo. 2012. “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan”, Jurnal Manajemen, Vol.1 No.4.

Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini, Rini Nugrahaeni, Mustofa Kamal. 2007.

“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap

Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perumahan Puri Mediterania

Semarang)”. Jurnal studi manajemen dan organisasi, volume 4, No.2, Juli

2007.

Ghazali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete. Semarang: Badan Penerbit.

Husein Umar. 2005. “Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis. Jakarta:

Grafindo

Irawan H. 2004. Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi

Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang. Jakarta: PT. Alex Media

Komputindo

Kottler and Keller. 2012. “Manajemen Pemasaran”. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Lupyoadi. 2001. “Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.

Purwati. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap

Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. Disertasi: Fakultas Ekonomi UMS.

Tri Sidabutar. 2017. [3]3HPEXDWDQ Karateristik Keramik Magnesium Alumina

Silika dari Abu Vulkanik Gunung Sinabung. Jurnal Teknik Mesin Vol. 16 No. 1.

repository.stieykpn.ac.id