
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PRILAKU KONSUMEN TERHADAP PRODUK
CAFETY WELING DAFAZ MAKMUR JAKARTA**

Swadaya Institute Of Business and Communication

Arsid^{1)*}

Faculty Of Economic , Study Program Accounting and Management , Swadaya Institute Of and
Business Communication

Email : arsid.se6@gmail.com

Article history :

Abstract

Received 1 Juni 2024
Received in revised From
6 Juni 2024

Accepted 1 Juli 2024
Vol. 31 No.2 (2024)

Keywords : satisfaction, descriptive
method, literature research.

Focus And Scope : Accounting and
Management.

The regression coefficient of goods delivery (X4) on customer satisfaction is 921. '2, Library Research (library research) In this study the authors read books that have to do with customer satisfaction. In the development of the business environment, there are more and more diverse products offered by companies in the same industry, which is part of a product development strategy that aims to create consumer behaviour. Descriptive method used to describe, examine and analyse the relationship between consumer satisfaction (satisfaction) in decision-making considerations and search information on safety welding products. This shows a very strong and positive relationship between product quality 'price' sales service, delivery of goods and technical assistance together on customer satisfaction. Delivery of goods has a significant effect on customer satisfaction, because it is calculated at 8,686 with a significance of 0.000 less than the probability of 0.05.

1. Introduction (Pendahuluan)

Era Globalisasi di satu sisi menjanjikan perluasan pasar bagi banyak perusahaan di dunia, namun di sisi lain menimbulkan persaingan yang makin ketat di antara berbagai perusahaan. Berbagai batasan yang semula merupakan pelindung bagi banyak perusahaan karena diberlakukannya suatu aturan di negara-negara tertentu maka batasan tersebut makin terkikis atau ditiadakan sama sekali. Gejala ini akan menyingkirkan siapapun yang kinerjanya tidak efektif dan efisien. Konsep pemasaran menyatakan pencapaian tujuan organisasi tergantung seberapa mampu sebuah perusahaan memahami | kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, dan mampu memenuhinya secara efektif dan efisien dibandingkan pesaing. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar maka perusahaan senantiasa harus menerapkan strategi yang memfokuskan kepada pelanggan atau konsumen untuk menciptakan dan memberikan kepuasan setinggi-tingginya secara terus menerus bagi konsumen. Dalam perkembangan lingkungan bisnis semakin banyak dan beragamnya produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada industri yang sama, merupakan bagian strategi pengembangan produk yang bertujuan untuk menciptakan perilaku dari konsumen. Perilaku konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2000) adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Jadi dalam hal ini konsumen selalu

berusaha mencari keberagaman (variasi) merek yang disukai dan mencari sesuatu yang baru dari suatu produk, yang mendorong konsumen untuk mempertimbangkan dan mengambil keputusan terhadap produk tersebut. Dalam proses pengambilan keputusan ada 3 (tiga) faktor yang termasuk dalam pertimbangan yaitu :

1. Pengalaman langsung dalam menggunakan suatu merek.
2. Pengetahuan tentang produk
3. Mencari informasi melalui media.

Jadi analisis dari sisi konsumen sangat penting karena suatu produk akan terjual bila konsumen mau membelinya. Konsumen mendapat informasi dengan baik maka konsumen akan membeli suatu produk jika produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaingnya. Menurut David W Craven (2003) bahwa persyaratan perusahaan yang berorientasi konsumen adalah :

1. Menanamkan nilai dan kepercayaan untuk berorientasi kepada konsumen yang didukung Oleh manajemen puncak
2. Memadukan orientasi pasar dan konsumen kedalam proses perencanaan strategi.
3. Menciptakan program pemasaran yang kuat..
4. Menciptakan dasar pengukuran kinerja atas dasar pasar, dan Mengembangkan komitmen kepada konsumen di seluruh organisasi.

Dalam dunia industri, konstruksi fabrikasi dan bengkel-bengkel las, keberadaan safety welding sangat dibutuhkan untuk menunjang kelangsungan suatu produksi bagi perusahaan tersebut. Berbagai macam tipe safety welding dan manfaatnya yang dapat dipergunakan dalam industri tersebut adalah welding glove (sarung tangan las), body cover / upron dada (pelindung dada), hand cover / hand upron (pelindung tangan), shoes cover (pelindung sepatu) dll. Pertumbuhan industri safety welding juga berkembang dengan pesat, mengingat kebutuhan akan safety dipasar industri sangat besar. Akhir-akhir ini banyak industri safety welding dari luar negeri memasuki pasar Indonesia antara lain : berasal dari Taiwan dan dari RRC yang paling banyak dari berbagai merk. Semakin banyak produk-produk safety welding yang dikeluarkan industri safety welding tersebut menyebabkan konsumen menjatuhkan pilihannya ke merek tertentu sesuai kebutuhannya dengan faktor-faktor lain sebagai pertimbangannya seperti, harga, kualitas, pelayanan penjualan, pengiriman, bantuan teknis dan sebagainya. Suatu perusahaan tidak dapat mencegah konsumennya

untuk tidak mencoba produk safety welding dari perusahaan lain sesuai dengan kebutuhannya. Produsen safety welding terutama produsen safety welding dari Dafaz Makmur harus mampu memenuhi kebutuhan / kepentingan konsumen untuk memenangkan persaingan. Peran pelanggan sangat penting artinya karena berhubungan dengan masa depan bisnis, pertimbangan pengambilan keputusan akan berakibat langsung maupun tidak langsung terhadap suatu produk. Penelitian ini akan menitikberatkan pada hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk safety welding Dafaz Makmur.

2. Research Methods (Metode Penelitian)

Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survei. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan, meneliti dan menganalisa hubungan kepuasan (satisfaction) konsumen dalam pertimbangan pengambilan keputusan dan pencarian informasi terhadap produk safety welding. Pendekatan survei merupakan suatu metode penelitian yang mencari informasi yang menggunakan kuesioner kepada responden. Juga dalam metode penelitian ini penulis menggunakan pengumpulan data informasi secara intensif yaitu dengan memakai metode penelitian :

1. Field Research (penelitian lapangan) Dalam field research ini penulis mengumpulkan data-data dari customer dan mendatangi langsung customer yang ada dan mengajukan pertanyaan serta wawancara.
2. Library Research (penelitian kepustakaan) Dalam penelitian ini penulis membaca buku-buku yang ada hubungannya dengan kepuasan konsumen.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis pada tiga puluh (30) customer Dafaz Makmur Jakarta dan sekitarnya. Penelitian ini dilakukan penulis sejak tahun 2024 sampai dengan tahun 2024 . sampai dengan tahun 2024,

Data Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

- a) Data primer Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti secara langsung.
- b) Data sekunder Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah ada atau diolah dan disajikan oleh pihak perusahaan, Metode pengumpulan data tersebut berupa :
 1. Data primer
 - a. Wawancara Penulis mengadakan wawancara langsung dengan beberapa bagian yang penulis belum kuasai / dapati.
 - b. Observasi langsung Dalam observasi ini penulis menempuh langkah-langkah dengan cara mengamati, mencatat segala sesuatu yang menyangkut obyek penelitian.
 - c. Kuesioner Dalam kuesioner ini penulis memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini dalam jumlah besar dan tersebar luas serta dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka.
 2. Data sekunder
 - a. Studi pustaka Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari data buku- buku, literature dan sumber-sumber lain yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas.
 - b. Company profile

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian safety welding Dafaz Makmur dan safety welding lain . Sample adalah sebagian dari populasi yang

dianggap dapat mewakili dan mencerminkan secara keseluruhan dari populasi yang akan diteliti. Sample dalam penelitian ini adalah konsumen safety welding yang pernah melakukan proses pembelian safety welding dan safety welding lain. Jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 responden. Agar sample yang diambil dapat mewakili populasi diperlukan metode pengambilan sample (teknik sampling) yang tepat. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam teknik ini adalah :

- a) Purposive sampling Adalah teknik sampling dengan pengambilan sample dengan kriteria-kriteria tertentu. Dalam teknik ini responden yang dipilih adalah konsumen safety welding dari berbagai safety welding yang ada di Jakarta yang pernah melakukan proses pembelian safety welding industri / pembuat lain .
- b) Random sampling Random sampling sebagai metodeologi pengambilan sample dimana setiap elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sample.

Metode Analisis Data

Untuk memudahkan perhitungan dalam analisa kuantitatif ini, penulis menggunakan alat Bantu program SPSS 13.0. Data ditampilkan dalam bentuk tabulasi untuk memudahkan pembacaan dan diberikan penjelasan secara deskriptif, dalam metode analisa data digunakan persamaan regresi dengan rumus sebagai berikut : &

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana :

- b_0 — koefisien parameter intersep
- b_1 - koefisien parameter variable X_1
- b_2 - koefisien parameter variable X_2
- b_3 - koefisien parameter variable X_3
- b_4 - koefisien parameter variable X_4
- b_5 - koefisien parameter variable X_5
- Y & Kepuasan Konsumen
- X_1 - kualitas produk
- X_2 5 Harga
- X_3 “pelayanan penjualan
- X_4 — pengiriman barang
- X_5 — # bantuan teknis

Pengujian Hipotesa

Untuk menguji apakah secara statistic peubah bebas yang dipilih berpengaruh nyata atau tidak terhadap peubah terikat, dapat dilakukan uji statistic t dan uji statistic F. Uji statistic t dapat digunakan untuk menguji koefisien regresi dari masing-masing peubah, apakah secara terpisah peubah ke-1 berpengaruh nyata terhadap peubah tidak bebas. Sedangkan uji statistic F digunakan untuk menga koefisien regresi secara serentak, apakah peubah —peubah bebas secara bersama-sama dapat menjelaskan variasi dari peubah tidak bebas. Pengujian hipotesa atau masing-masing koetisien regresi dilakukan dengan uji t student dengan hipotesa :

$$H_0: R=0$$

$$H_1: R \neq 0$$

Pengujian dengan t hitung adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{R_i - 0}{Se(R_i)}$$

$$t_{hitung}$$

$$Se(R_i)$$

Dimana $Se(R_i)$ adalah standar error parameter dugaan R_i

Kriteria Uji :

$t_{hitung} > t_{tabel}$: tolak H_0

$t_{hitung} < t_{tabel}$: terima H_0

Jika hipotesa nol ditolak, berarti peubah yang diuji berpengaruh nyata terhadap peubah tidak bebas. Sebaliknya, jika hipotesa nol diterima, maka peubah yang diuji tidak berpengaruh nyata terhadap peubah tidak bebas. Sedangkan mekanisme yang digunakan untuk menguji koefisien regresi secara serentak adalah :

Berdasarkan hipotesa yang telah diajukan maka alat statistik yang digunakan adalah :

H

Ho: BI 5 R2 5 R3 5 R4 — R3 5..... Bk 50

HI BF RF BF MARS F..... BK #0

Statistik Uji yang digunakan dalam uji F adalah :

Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan analisa data terlebih dahulu akan dilakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Uji ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Setelah uji instrumen kemudian baru dilakukan teknik analisa data. Uji Validitas dan Reliabilitas.

1. Uji Validitas Dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Validitas melalui pre test mengetahui apakah item-item pertanyaan yang diajukan (kuisisioner) dapat digunakan untuk mengukur "keadaan responden sebenarnya dan menyempumakan kuisisioner dalam pengambilan sample. (Singgih,5,2000:269) Langkah-langkahnya yaitu :

a. Menghitung skor variable dari skor butir (X) dimana jumlah dari skor butir sama dengan skor variable (Y).

b. Menghitung koefisien korelasi sederhana antara skor butir (X) dengan skor variable (Y).Rumus Korelasi Product Moment : $r_{xy} = \frac{\sum(XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(\sum X^2 - (\sum X)^2/N)(\sum Y^2 - (\sum Y)^2/N)}}$

Dimana :

$\sum X$ z Koefisien korelasi sederhana antara skor butir X dengan skor variable Y

N z Jumlah responden

$\sum X^2$ - Jumlah skor butir (X)/ item pertanyaan

$\sum Y^2$ Jumlah skor butir (Y)/ item pertanyaan

$\sum X^2$ 2 Jumlah skor butir (X) kuadrat

$\sum Y^2$ z Jumlah skor butir (Y) kuadrat

$\sum XY$ - Jumlah perkalian skor butir (X) dan skor variable (Y).

c. Menentukan korelasi bagian total

$r_{bt} = \frac{\sum(XY) - (\sum X)(\sum Y)/N}{\sqrt{(\sum X^2 - (\sum X)^2/N)(\sum Y^2 - (\sum Y)^2/N)}}$

Dimana :

r_{bt} - Koefisien korelasi bagian total

r_{xy} z Koefisien Korelasi sederhana

N 2 Jumlah responden

$\sum X$ (XD/AN $\sum Y$? — (Y)/N

$\sum X^2$ — $\sum Y^2$ —

NA N

Dimana :

$\sum X^2$ 3 Deviasi standar skor butir

$\sum Y^2$ 3 Deviasi Standar variable

d. Menggugurkan butir-butir tidak valid Dengan membandingkan r_{bt} dan koefisien korelasi kritis dimana koefisien korelasi kritis dapat digunakan table distribusi r dengan derajat

bebas (N-2) dengan besar signifikansi tertentu. Ketentuan : Jika rbt lebih besar ($p < 0,05$) dari koefisien kritis maka butir tersebut sah dan sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak. Uji ini setelah uji validitas dilakukan dan dilakukan pada pertanyaan yang sudah memiliki validitas.

3. Research Results (Hasil Penelitian)

Dalam bab ini penulis menggunakan bantuan SPSS 13,0. Penggunaan SPSS ini bertujuan :

1. Untuk membuat persamaan garis regresi
2. Menghitung koefisien korelasi
3. Uji BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)Sedangkan analisa yang dipakai untuk membacanya adalah :

Analisis koefisien korelasi linier berganda. Hasil pengolahan data dengan SPSS pada tabel dibawah ini untuk mengetahui hubungan (korelasi) masing-masing variable.

4. Conclusion (Kesimpulan)

Kesimpulan

Simpulan menyajiikan ringkasan singkat dari temuan penelitian yang paling penting memberikan kontribusi signifikan untuk memajukan bidang yang diteliti. Penilaian akhir tentang pentingnya temuan-temuan penelitian yang dilakukan dalam kaitannya dengan implikasinya. Indikasi keterbatasan penelitian. Saran untuk perbaikan terkait keterbatasan penelitian. Rekomendasi untuk penelitian berikutnya dan untuk perubahan kebijakan.

5. Reference List (Daftar Referensi)

- Akbas, F., Markov, S., Subasi, M., & Weisbrod, E. (2018). Determinants and Consequences of Information Processing Delay: Evidence from the Thomson Reuters Institutional Brokers' Estimate System. *Journal of Financial Economics*, 127(2), 366–388. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.11.005>
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2017). *Principles of Corporate Finance* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Hull, J. C. (2018a). *Options, Futures, and Other Derivatives* (9th ed.). Harlow: Wiley. Hull, J. C. (2018b). *Risk Management and Financial Institutions* (5th ed.). Hoboken: Wiley.
- Kenton, W. (2018). *Financial Literacy*. Retrieved January 15, 2019, from <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-literacy.asp>
- Sudirman, I. M. S. N. (2018a). *Disposition Effect Investor pada Pengambilan Keputusan Investasi: Penjelasan Regret Regulation dan Regulatory Focus*. Universitas Airlangga.
- Sudirman, I. M. S. N. (2018b). *Pengujian Leverage Effect Hypothesis pada Berbagai Tingkat Inflasi di Pasar Modal Indonesia: Model TARARCH dan EGARCH*. In A. Basyith, M. Gunarto, & Fitria (Eds.), *Prosiding Forum Manajemen Indonesia Ke-10: Innovation, Technology and Social Science in Disruption Era* (p. 193). Palembang: Forum Manajemen Indonesia, Koordinator Wilayah Sumatera Selatan.
- Sudirman, I. M. S. N., Irwanto, A., & Basuki. (2017). *Disposition Effect on Investment Decision Making: Explanation of Regulatory-Focus Theory*. In E. Lau, L.-M. Tan, & J. H. Tan (Eds.), *Selected Papers from the Asia-Pacific Conference on Economics & Finance (APEF 2016)* (pp. 19–29). Singapore: Springer Singapore.