

**KONTRIBUSI ATRIBUT PRODUK CITRA *HAND AND BODY LOTION*  
DALAM MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA JEMBER**

***CONTRIBUTION OF HAND AND BODY LOTION IMAGE PRODUCTS  
IMPORTATION ON CONSUMER SATISFACTION IN JEMBER CITY***

**Tri Palupi Robustin**

STIE Widya Gama Lumajang  
[tripalupirobustin@gmail.com](mailto:tripalupirobustin@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pengaruh kualitas produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember, (2) mengetahui pengaruh fitur produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember, (3) mengetahui pengaruh desain produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember, (4) mengetahui pengaruh bagaimana pengaruh kualitas, fitur, dan desain produk Citra *Hand and Body Lotion* secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember. Rancangan penelitian berdasarkan tujuannya adalah termasuk penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Jember yang dibagi dalam tiga kecamatan yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumbersari, dan Kecamatan Patrang khususnya yang berjenis kelamin perempuan dan menggunakan Produk Citra *Hand and Body Lotion*, dan diambil sampel keseluruhan sebanyak 40 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember, (2) Fitur produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember, (3) Gaya dan desain produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember, (4) Kualitas, fitur, gaya dan desain produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember.

**Kata Kunci:** Atribut Produk, Kepuasan, Citra *Hand and Body Lotion*.

**ABSTRACT**

*This research aims to: (1) to know the effect of product quality of Citra Hand and Body Lotion partially to customer satisfaction in Jember City, (2) to know the effect of product features Citra Hand and Body Lotion to customer satisfaction in Jember city, (3) know the effect of product design Citra Hand and Body Lotion to customer satisfaction in Jember City, (4) to know the effect of how the quality, feature, and product design of Citra Hand and Body Lotion simultaneously to customer satisfaction in Jember City. The design of the study based on its purpose is to include explanatory research. The population of this research is all people of Jember city which is divided into three districts namely Kaliwates Subdistrict, Sumbersari Subdistrict, and Patrang District especially female sex and using Citra Hand and Body Lotion Product, and taken as a whole sample of 40 respondents. The data analysis technique used multiple regression analysis with SPSS version 17 program. The results showed that: (1) The quality of Citra Hand and Body Lotion product significantly influenced consumer satisfaction in Jember City, (2) The product features Citra Hand and Body Lotion significantly influenced consumer satisfaction in Jember City (3) The style and design of Citra Hand and Body Lotion products have a significant effect on customer satisfaction in Jember City, (4) The quality, features, style and design of Citra Hand and Body Lotion product significantly influence the consumer satisfaction in Jember City.*

**Keywords:** Product Attributes, Satisfaction, Citra *Hand and Body Lotion*.

## PENDAHULUAN

Perusahaan dituntut mampu menawarkan barang dengan mutu terjamin atau pelayanan yang memuaskan akan diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu. Hanya produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat bertahan dalam persaingan. Konsumen akan loyal terhadap perusahaan jika keinginan dan kebutuhannya tercapai. Selanjutnya hanya perusahaan berwawasan pada konsumen yang akan tetap hidup karena dapat menciptakan nilai yang lebih unggul dibanding dengan para pesaingnya. Atribut produk dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan akan membangun kesetiaan konsumen serta dapat menciptakan hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan.

Produk yang ada di pasaran mempunyai berbagai kelengkapan/atribut dan komponen yang dapat membedakan antara produk satu dengan produk yang lainnya. Atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008:272). Menurut Suharno dan Yudi (2010:160) atribut produk adalah pengembangan suatu produk dengan mendefinisikan manfaat yang akan ditawarkan. Perilaku pasca pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas dari konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2007:117).

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kesadaran akan merawat kesehatan kulit membawa angin segar bagi perusahaan industri terutama di bidang kosmetik dan kecantikan khususnya produk *hand & body lotion*. Salah satu merek *hand & body lotion* yang digemari oleh sebagian masyarakat adalah merek Citra. Perilaku para konsumen pengguna Citra *Hand & Body Lotion* ini tidak lepas dari pengaruh atribut produk yang melekat pada produk tersebut yang membuat mereka memutuskan untuk membeli dan menggunakan Citra *Hand & Body Lotion*.

Wilayah Kota Jember yang meliputi Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumbersari, dan Kecamatan Patrang memiliki penduduk dengan jumlah yang besar dan ketiga kecamatan tersebut dekat dengan pusat Kota Jember sehingga wilayah ini sangat tepat untuk dijadikan objek penelitian. Kehidupan masyarakat yang berdomisili di wilayah tersebut sudah memiliki pendidikan yang maju, gaya hidup yang modern, terutama banyak wanita yang berkarir dan bekerja diluar rumah. Keadaan tersebut menuntut mereka untuk tampil lebih cantik dengan kulit yang putih dan sehat, dan membutuhkan pelindung kulit dari sinar matahari. Selain itu mereka juga menuntut suatu produk yang memiliki banyak atribut salah satunya adalah varians atau macam-macam produk Citra *Hand and Body Lotion* karena mereka bisa memilih jenis dari produk tersebut yang sesuai dengan kebutuhan kulitnya. Konsumen sasaran Citra adalah wanita berusia 15 hingga 35 tahun yang ingin menjadi modern tanpa melupakan norma-norma sosial Indonesia ([www.Unilever.co.id](http://www.Unilever.co.id)). Para remaja dan ibu-ibu di Kota Jember yang masih memperhatikan kecantikan kulit tubuhnya merupakan objek penelitian yang tepat karena mereka pasti ingin tampil cantik dan awet muda dengan kulit yang sehat dan cerah, dan membutuhkan *Hand and Body Lotion* yang bagus dan bahannya alami sesuai kebutuhan jenis kulit mereka. Mereka juga percaya pada kandungan

yang baik untuk merawat kulit mereka yang terdapat dalam produk perawatan kulit alami.

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh fiturproduk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya dan desainproduk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas, fitur, gaya dan desainproduk Citra *Hand and Body Lotion* secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember.

## METODOLOGI

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei (*survey research*) yaitu penelitian yang tidak melakukan perubahan atau tidak ada perlakuan khusus terhadap variabel-variabel yang diteliti (*non experimental*). Tujuan penelitian ini bersifat eksplanatori (*explanatory research*) dan prediksi dimana penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengujian hipotesis.

### Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden (Supriyanto, 2009:133). Data primer dalam penelitian ini adalah berupa jawaban dari kuisioner atas pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain. Teknik pengumpulannya dilakukan dengan dokumentasi (Supriyanto, 2009:133). Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa profil lengkap produk *Citra Hand and Body Lotion* dari internet (*website*).

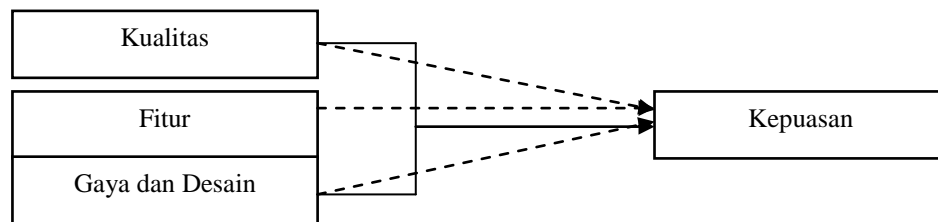
### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Jember yang dibagi dalam tiga kecamatan yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumbersari, dan Kecamatan Patrang khususnya yang berjenis kelamin perempuan dan menggunakan Produk Citra *Hand and Body Lotion*.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling* adalah yang teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2009:129), yaitu bila penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen

dan dependen. Maka ukuran sampel yang diambil adalah = 10 x 4 variabel = 40 anggota sampel.

**Model Penelitian**

**Gambar 1 Model Penelitian**



Sumber data : diolah

**Metode Analisis Data**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariat yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur, gaya dan desainer terhadap kepuasan, dan pengaruh secara simultan antara atribut produk terhadap kepuasan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

**Tabel 1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas**

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>1.1</sub>	4	10,0	19	47,5	13	32,5	4	10,0	0	0,0	40
X <sub>1.2</sub>	4	10,0	17	42,5	16	40,0	3	7,5	0	0,0	40
X <sub>1.3</sub>	4	10,0	17	42,5	15	37,5	4	10,0	0	0,0	40

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan berkaitan dengan variabel Kualitas yang diukur dengan tiga indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti Kualitas Produk Citra *Hand and Body Lotion* dipersepsikan baik. Baiknya kualitas dapat dilihat dari manfaat Citra *Hand and Body Lotion* terbukti mampu memutihkan kulit dalam waktu 6 minggu dan melindungi kulit dari sinar matahari serta membuat kulit halus dan lembut, Citra *Hand and Body Lotion* terbukti sebagai produk perawatan kulit yang aman dan tidak merusak kulit, dan Citra *Hand and Body Lotion*

merupakan produk perawatan kulit yang menawarkan kenyamanan bagi penggunaanya.

**Tabel 2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Fitur**

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>2.1</sub>	3	7,5	27	67,5	8	20,0	2	5,0	0	0,0	40
X <sub>2.2</sub>	8	20,0	18	45,0	11	27,5	3	7,5	0	0,0	40

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan berkaitan dengan variabel Fitur yang diukur dengan dua indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti Fitur Produk Citra *Hand and Body Lotion* dipersepsikan baik. Baiknya fitur dapat dilihat dari jenis/varians, bahan/komposisi yang alami, dan aroma yang harum Citra *Hand and Body Lotion* sesuai kebutuhan kulit dan Citra *Hand and Body Lotion* menawarkan produk beserta keunggulan yang berbeda dengan produk pesaing.

**Tabel 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Gaya dan Desain**

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>3.1</sub>	4	10,0	9	22,5	20	50,0	7	17,5	0	0,0	40
X <sub>3.2</sub>	3	7,5	18	45,0	19	47,5	0	0,0	0	0,0	40
X <sub>3.3</sub>	5	12,5	18	45,0	14	35,0	3	7,5	0	0,0	40
X <sub>3.4</sub>	10	25,0	16	40,0	12	30,0	2	5,0	0	0,0	40

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel Gaya dan Desain yang diukur dengan empat indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti Gaya dan Desain Produk Citra *Hand and Body Lotion* dipersepsikan baik. Baiknya Gaya dan Desain dapat dilihat dari bentuk botol, warna, dan ukuran/isi Citra *Hand and Body Lotion* cukup indah, nyaman, mudah dibawa, dan tidak mudah tumpah, Citra *Hand and Body Lotion* menawarkan cukup banyak pilihan kemasan dan ukuran yang dapat dipilih oleh konsumen, Citra *Hand and Body Lotion* menyajikan gambar dan warna kemasan dan yang mencirikan produk ramah lingkungan, dan Citra *Hand and Body Lotion* merupakan produk yang sesuai dengan trend gaya hidup terkini.

**Tabel 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen**

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
Y <sub>1</sub>	1	2,5	19	47,5	12	30,0	8	20,0	0	0,0	40
Y <sub>2</sub>	8	20,0	18	45,0	8	20,0	6	15,0	0	0,0	40
Y <sub>3</sub>	7	17,5	15	37,5	12	30,0	5	12,5	1	2,5	40
Y <sub>4</sub>	8	20,0	13	32,5	12	30,0	7	17,5	0	0,0	40

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel Kepuasan Konsumen yang diukur dengan empat indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti kepuasan konsumen pada Produk Citra *Hand and Body Lotion* dipersepsikan baik. Baiknya kepuasan konsumen dapat dilihat dari konsumen merasa senang setelah menggunakan dan merasakan atribut produk (manfaat, fitur, gaya dan desain) Citra *Hand and Body Lotion*, konsumen merasa puas setelah terbukti bahwa manfaat Citra *Hand and Body Lotion* sesuai yang diharapkan, konsumen merasa bijaksana karena produk Citra *Hand and Body Lotion* adalah pilihan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan kulit, dan konsumen merasakan bahwa manfaat dan hasil kerja Citra *Hand and Body Lotion* sangat baik.

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Validitas

**Tabel 5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas	X <sub>1,1</sub>	0,904	0,304	0,000	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,855	0,304	0,000	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,845	0,304	0,000	Valid
Fitur	X <sub>2,1</sub>	0,840	0,304	0,000	Valid
	X <sub>2,2</sub>	0,910	0,304	0,000	Valid
Gaya dan Desain	X <sub>3,1</sub>	0,709	0,304	0,000	Valid
	X <sub>3,2</sub>	0,696	0,304	0,000	Valid
	X <sub>3,3</sub>	0,793	0,304	0,000	Valid
	X <sub>3,4</sub>	0,815	0,304	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen	Y <sub>1</sub>	0,869	0,304	0,000	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,912	0,304	0,000	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,869	0,304	0,000	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,869	0,304	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (Kualitas, Fitur, serta Gaya dan Desain) maupun variabel dependen (Kepuasan Konsumen) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari



0,05. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	$\alpha$	Keterangan
Kualitas	0,837	
Fitur	0,685	Reliabel
Gaya dan Desain	0,743	$\alpha > 0,50$
Kepuasan Konsumen	0,900	

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,50. Sesuai yang disyaratkan oleh Ghozali (2006) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,50.

### Hasil Analisis Data Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 7 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koef. Regresi	$t_{hitung}$	Sig.	Keterangan
Konstanta	-6,665	-2,502	0,017	-
Kualitas	0,442	2,373	0,023	Signifikan
Fitur	0,924	3,472	0,001	Signifikan
Gaya dan Desain	0,636	4,091	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -6,665 + 0,442 X_1 + 0,924X_2 + 0,636X_3$$

Interpretasi atas hasil analisis tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -6,665, menunjukkan besarnya Kepuasan Konsumen pada saat variabel Kualitas, Fitur, dan Gaya dan Desain sama dengan nol. Dalam hal ini Kepuasan Konsumen akan mengalami penurunan tanpa ketiga variabel tersebut yang disebabkan oleh faktor lain.
2.  $b_1 = 0,442$ , artinya apabila variabel Fitur dan Gaya dan Desain sama dengan nol, maka peningkatan variabel Kualitas sebesar satu satuan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,442 satuan.
3.  $b_2 = 0,924$  artinya apabila variabel Kualitas dan Gaya dan Desain sama dengan nol, maka peningkatan variabel Fitur sebesar satu satuan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,924 satuan.
4.  $b_3 = 0,636$  artinya apabila variabel Kualitas dan Fitur sama dengan nol, maka peningkatan variabel Gaya dan Desain sebesar satu satuan akan

meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,636 satuan.

#### Uji Parsial (t)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan nilai statistik  $t_{hitung}$  dengan nilai statistik  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan yaitu 5%. Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau apabila probabilitas  $< 5\%$  ( $\alpha$ ). Nilai  $t_{tabel}$  pada  $n = 40$ ,  $k = 3$ , dan  $(n - k) = (40 - 3) = 37$  adalah 2,042.

Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dapat dilihat pada Tabel 5.10. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh variabel Kualitas ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 5.10 dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,373 > 2,042$  dan signifikansi  $< \alpha$  yaitu  $0,023 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti secara parsial variabel Kualitas ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Citra *Hand and Body Lotion* (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember terbukti kebenarannya atau  $H_1$  diterima.

#### 2. Pengaruh variabel Fitur ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 5.10 dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,472 > 2,042$  dan signifikansi  $< \alpha$  yaitu  $0,001 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti secara parsial variabel Fitur ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Citra *Hand and Body Lotion* (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa Fitur produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember terbukti kebenarannya atau  $H_2$  diterima.

#### 3. Pengaruh variabel Gaya dan Desain ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 5.10 dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,091 > 2,042$  dan signifikansi  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti secara parsial variabel Gaya dan Desain ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Citra *Hand and Body Lotion* (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa Gaya dan Desain Kualitas produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember terbukti kebenarannya atau  $H_3$  diterima.

#### Uji Simultan (F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas, Fitur, dan Gaya dan Desain secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.



Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Secara bersama-sama variabel Kualitas, Fitur, dan Gaya dan Desain akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen jika probabilitas  $\leq 0,05$ . Sebaliknya jika probabilitas  $> 0,05$  maka variabel Kualitas, Fitur, dan Gaya dan Desain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Adapun hasil uji F secara ringkas dapat dilihat dalam Tabel 8.

**Tabel 8 Hasil Perhitungan Uji F**

<i>Dependent Variable</i>	<i>Independent Variable</i>	<i>R Square</i>	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	<b>Sig.</b>
Y	X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , X <sub>3</sub>	0,636	20,992	2,92	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $(k - 1) (n - k)$  ( $20,992 > 2,92$ ) dan nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka variabel Kualitas, Fitur, dan Gaya dan Desain secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dalam hal ini  $H_0$  ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas, fitur, gaya dan desain produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kota Jember terbukti kebenarannya atau  $H_4$  diterima.

### **Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )**

Nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Apabila *R square* atau  $R^2 = 1$ , maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100% terhadap perubahan variabel terikat. Apabila  $R^2 = 0$ , maka model tersebut tidak bisa mempengaruhi atau tidak bisa memberikan sumbangan terhadap perubahan variabel terikat. Kecocokan model akan semakin lebih baik apabila mendekati satu.

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada Tabel 8 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,636, hal ini berarti 63,6% perubahan Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel Kualitas, Fitur, dan Gaya dan Desain sedangkan sisanya sebesar 36,4% disebabkan oleh faktor lain harga, promosi, distribusi, citra produk, dan lain-lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien 0,442. Hal ini berarti faktor kualitas yang diukur melalui manfaat Citra *Hand and Body Lotion* terbukti mampu memutihkan kulit dalam waktu 6 minggu dan melindungi kulit dari sinar

matahari serta membuat kulit halus dan lembut, *Citra Hand and Body Lotion* terbukti sebagai produk perawatan kulit yang aman dan tidak merusak kulit, dan *Citra Hand and Body Lotion* merupakan produk perawatan kulit yang menawarkan kenyamanan bagi penggunaanya merupakan suatu faktor yang menentukan Kepuasan Konsumen Produk *Citra Hand and Body Lotion*.

Produk yang ada di pasaran mempunyai berbagai kelengkapan/atribut dan komponen yang dapat membedakan antara produk satu dengan produk yang lainnya. Atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008:272). Menurut Suharno dan Yudi (2010:160) atribut produk adalah pengembangan suatu produk dengan mendefinisikan manfaat yang akan ditawarkan.

Atribut produk merupakan unsur-unsur yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Atribut produk terdiri dari merek, kualitas produk, fitur, dan desain produk. Semua atribut produk ini menjadi bahan pertimbangan penting dalam meluncurkan suatu produk, karena produk diluncurkan sangat ditentukan oleh atribut-atribut produk yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga akan mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk. Pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti *kualitas, fitur, serta gaya dan desain* (Kotler dan Armstrong, 2008:272).

Kualitas adalah fitur karakteristik total sebuah produk yang dikaitkan dengan kemampuan memuaskan kebutuhan yang terlihat. Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama, salah satunya adalah kualitas. Ini dapat digunakan oleh pemasar untuk mengembangkan loyalitas konsumen. Pemasar yang kurang atau tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung risiko tidak loyalnya konsumen. Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan. Semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi kemampuan memenuhi persyaratan konsumen. Kualitas produk tercermin dalam kehandalan, presisi, keawetan, kelenturan, kekuatan, dan sebagainya sesuai dengan jenis produk.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nurhayati (2002); Ferrinadewi (2005); Surjandari dan Hamdani (2009); Honneyta Loebis (2009) yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang ada pada suatu produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Memperkuat hasil temuan diatas Oliver (1999) berpendapat bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu dibawah maupun diatas harapan. Dengan kata lain dalam pandangan oliver atribut produk berperan penting dalam penciptaan kepuasan konsumen. Produk menciptakan nilai konsumen tidak saja dari proses

penghantaran produk semata melainkan juga diciptakan dari hasil penghantaran konsekuensi konsumsi produk. Oleh karena itu sejalan dengan pemikiran oliver diatas, perusahaan perlu menawarkan produk berkualitas. Produk berkualitas menjadi penting dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Fitur Produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien 0,924. Hal ini berarti faktor Fitur yang diukur melalui jenis/varians, bahan/komposisi yang alami, dan aroma yang harum Citra *Hand and Body Lotion* sesuai kebutuhan kulit dan Citra *Hand and Body Lotion* menawarkan produk beserta keunggulan yang berbeda dengan produk pesaing merupakan suatu faktor yang menentukan Kepuasan Konsumen Produk Citra *Hand and Body Lotion*. Produk yang ada di pasaran mempunyai berbagai kelengkapan/atribut dan komponen yang dapat membedakan antara produk satu dengan produk yang lainnya. Atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008:272). Menurut Suharno dan Yudi (2010:160) atribut produk adalah pengembangan suatu produk dengan mendefinisikan manfaat yang akan ditawarkan.

Fitur merupakan ciri fungsional dari suatu produk. Sebuah produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur. Model dasar, model tanpa tambahan apa pun, merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing. Perusahaan dituntut mampu menawarkan barang dengan mutu terjamin atau pelayanan yang memuaskan akan diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu. Hanya produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat bertahan dalam persaingan. Konsumen akan loyal terhadap perusahaan jika keinginan dan kebutuhannya tercapai. Selanjutnya hanya perusahaan berwawasan pada konsumen yang akan tetap hidup karena dapat menciptakan nilai yang lebih unggul dibanding dengan para pesaingnya. Atribut produk dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan akan membangun kesetiaan konsumen serta dapat menciptakan hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nurhayati (2002); Ferrinadewi (2005); Surjandari dan Hamdani (2009); Honneyta Loebis (2009) yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang ada pada suatu produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Memperkuat hasil temuan diatas Oliver (1999) berpendapat bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu dibawah maupun diatas harapan. Dengan kata lain dalam pandangan oliver atribut produk berperan penting dalam penciptaan kepuasan konsumen. Produk menciptakan nilai konsumen tidak saja dari proses penghantaran produk semata melainkan juga diciptakan dari hasil penghantaran

konsekuensi konsumsi produk. Oleh karena itu sejalan dengan pemikiran oliver diatas, perusahaan perlu menawarkan produk berkualitas. Produk berkualitas menjadi penting dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Gaya dan Desain Produk Citra *Hand and Body Lotion* terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Gaya dan Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien 0,636. Hal ini berarti faktor Gaya dan Desain yang diukur melalui bentuk botol, warna, dan ukuran/isi *Citra Hand and Body Lotion* cukup indah, nyaman, mudah dibawa, dan tidak mudah tumpah, *Citra Hand and Body Lotion* menawarkan cukup banyak pilihan kemasan dan ukuran yang dapat dipilih oleh konsumen, *Citra Hand and Body Lotion* menyajikan gambar dan warna kemasan dan yang mencirikan produk ramah lingkungan, dan *Citra Hand and Body Lotion* merupakan produk yang sesuai dengan trend gaya hidup terkini merupakan suatu faktor yang menentukan Kepuasan Konsumen Produk *Citra Hand and Body Lotion*.

Perubahan lingkungan bisnis yang diakibatkan oleh pesatnya kemajuan teknologi telah menyebabkan dunia bisnis untuk mengikuti perkembangan yang terjadi. Persaingan yang semakin kompetitif pada produk-produk kecantikan, khususnya produk *Citra Hand and Body Lotion* yang merupakan produk perawatan sehari-hari dapat membuat konsumen akan semakin bebas memilih dan membandingkan produk mana yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. *Citra Hand and Body Lotion* baru-baru ini mempromosikan produk barunya dengan kemasannya yang sangat menarik. Selain kemasan yang menarik juga memperkenalkan komposisi produk yang lebih bagus lagi dalam menjaga kesehatan dan kecantikan kulit.

Cara lain untuk menambah nilai dan kepuasan pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Desain adalah konsep yang lebih besar daripada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain lebih sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya. Desain yang baik dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Lebih dari sekedar menciptakan atribut produk atau jasa, desain melibatkan pembentukan pengalaman pemakaian produk bagi pelanggan. Desain produk adalah karakteristik produk yang mengakibatkan produk mudah menarik, kuat, mudah dibawa, disimpan dan sebagainya.

Para produsen bersaing semakin ketat, mereka berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya serta berbagai atribut yang menarik, dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Produsen semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan *total customer value* yang dapat memuaskan pelanggan melalui penyimpanan produk

yang berkualitas dengan harga bersaing, serta atribut produk yang dapat menarik konsumen untuk membeli produknya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nurhayati (2002); Ferrinadewi (2005); Surjandari dan Hamdani (2009); Honneyta Loebis (2009) yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang ada pada suatu produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Memperkuat hasil temuan diatas Oliver (1999) berpendapat bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu dibawah maupun diatas harapan. Dengan kata lain dalam pandangan oliver atribut produk berperan penting dalam penciptaan kepuasan konsumen. Produk menciptakan nilai konsumen tidak saja dari proses pengantaran produk semata melainkan juga diciptakan dari hasil pengantaran konsekuensi konsumsi produk. Oleh karena itu sejalan dengan pemikiran oliver diatas, perusahaan perlu menawarkan produk berkualitas. Produk berkualitas menjadi penting dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

#### **Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, Gaya dan Desain Produk Citra Hand and Body Lotion secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen**

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil pengujian terhadap hipotesis keempat yang menyatakan bahwa atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur, gaya dan desain produk *Citra Hand and Body Lotion* mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tugas, peran, konflik antar bagian, balas jasa dan pengakuan, jabatan atau profesi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja Dosen.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,636, hal ini berarti 63,6% perubahan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas, fitur, dan gaya dan desain sedangkan sisanya sebesar 36,4% disebabkan oleh faktor lain harga, promosi, distribusi, citra produk, dan lain-lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur, gaya dan desain produk *Citra Hand and Body Lotion* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Kaliwates Jember

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Ferrinadewi, Erna. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7 (September), No. 2, pp. 139-151.

Honneyta Loebis, Permana. (2009). Atribut Produk yang di Pertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik Oriflame dan Pengaruhnya Pada Kepuasan

Konsumen di Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 8, No. 1, April, 46-52.

Kotler & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : PT Indeks.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.

Suharno dan Yudi Sutarso. (2010). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.

Surjandari, Isti. (2009). Model Struktural Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pelanggan Telkomsel di Jabotabek. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Volume 8, No. 1.

Nurhayati, Diana. (2002). *Analisis Pengaruh Mutu Pelayanan dan Atribut Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Mempertahankan Komitmen Konsumen pada Klinik Estetika Semarang*. Tesis Universitas Diponegoro.

Oliver, Richard L. (1993). "A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction Compatible Goals, Different concept". *Advances Service Marketing Management*, Vol.2, pp.68-85.