

**FAKTOR DOMINAN PENENTU KEPUASAN PRODUK JERSEY OLAHRAGA
(SURVEI PADA KONSUMEN PERUSAHAAN JERSEY OLIVER APPAREL)**

**Imaduddin Al Murtadhay; Muhad Fatoni
Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Perusahaan yang bergerak dibidang distribusi penjualan tergantung dengan sistem atau bisnis proses yang dijalankan, apakah berjalan dengan baik atau sebaliknya. Untuk mendapatkan laba (keuntungan) perusahaan harus mampu meningkatkan daya saing, dan meminimalkan biaya produk yang besar akan menggambarkan suatu perusahaan tersebut dapat bertahan hidup lebih lama. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor kepuasan konsumen yang paling dominan pada konsumen perusahaan jersey Oliver Apparel. Faktor-faktor kepuasan konsumen ini meliputi faktor promosi, kualitas produk, pelayanan, dan harga. Faktor-faktor kepuasan konsumen dalam penelitian ini meliputi faktor promosi, faktor kualitas produk, faktor pelayanan, faktor harga. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden mengenai variabel faktor promosi pada perusahaan jersey Oliver Apparel menunjukkan hasil rata-rata sebesar 71% yang menunjukkan bahwa faktor promosi yang diberikan berdasarkan jawaban responden adalah tinggi. Sedangkan hasil analisis faktor pelayanan menyatakan bahwa faktor pelayanan tinggi pada perusahaan jersey Oliver Apparel menunjukkan hasil rata-rata sebesar 83% hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan pada perusahaan jersey Oliver Apparel berdasarkan jawaban konsumen adalah tinggi. Sedangkan hasil analisis faktor harga menyatakan bahwa faktor harga sangat tinggi pada perusahaan jersey Oliver Apparel menunjukkan hasil rata-rata sebesar 84% hasil penelitian ini dapat disimpulkan harga pada perusahaan jersey Oliver Apparel berdasarkan jawaban konsumen adalah sangat tinggi. Sedangkan hasil analisis faktor kualitas produk menyatakan bahwa faktor kualitas produk sangat tinggi pada perusahaan jersey Oliver Apparel menunjukkan hasil rata-rata sebesar 85% hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada perusahaan jersey Oliver Apparel berdasarkan jawaban konsumen adalah sangat tinggi. Berdasarkan hasil analisis pada kepuasan konsumen menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen tertinggi diperoleh pada faktor kualitas produk, kedua harga, ketiga pelayanan, dan keempat promosi.

Kata Kunci: Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Abstract

Companies engaged in sales distribution depend on the system or business process that is

run, whether it is going well or vice versa. To get profit (profit) the company must be able to increase competitiveness, and minimising the cost of large products will illustrate that a company can survive longer. This study was conducted to determine the most dominant consumer satisfaction factors in consumers of the Oliver Apparel jersey company. These consumer satisfaction factors include promotional factors, product quality, service, and price. The factors of customer satisfaction in this study include promotional factors, product quality factors, service factors, price factors. Based on the results of respondents' responses regarding the variable promotion factor at the Oliver Apparel jersey company, the average result is 71%, which indicates that the promotional factors provided based on the respondents' answers are high. While the results of the analysis of the service factor state that the high service factor at the Oliver Apparel jersey company shows an average result of 83%, the results of this study can be concluded that the service at the Oliver Apparel jersey company based on the answers of respondents is high.

Keywords: Factors of Consumer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Olahraga adalah aktivitas yang menjadi salah satu kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari untuk meningkatkan kebugaran. Kegiatan olahraga dapat dilakukan oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga lansia. Hal ini menjadikan olahraga sebagai kegiatan yang populer dan mudah berkembang di masyarakat. Olahraga memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Di era informasi dan teknologi, olahraga telah berkembang menjadi komoditas ekonomi dan industri (Indarto et al., 2018). Dengan berkembangnya olahraga di masyarakat, industri olahraga tentu semakin meningkat.

Salah satu bidang usaha yang saat ini mengalami perkembangan sangat pesat adalah pakaian olahraga, yaitu jersey. Jersey adalah kaos yang terbuat dari bahan polyester. Karakteristik bahan ini adalah tidak berpori, mengkilap, dapat menahan panas dan air, sehingga tidak akan terasa basah saat terkena keringat. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha di bidang pakaian olahraga untuk terus mengembangkan usaha mereka.

Salah satu perusahaan produsen jersey yang terkenal di Kota Solo adalah Oliver Apparel. Konveksi ini berdiri sejak 2018 dan banyak berkecimpung di bidang fashion olahraga. Oliver Apparel tidak hanya menjual jersey bola saja, tetapi ada produk seperti jersey sepeda, jersey basket, jersey voly, jersey gamer, trackpants, jaket, kaos kaki, dan tas. Oliver Apparel memiliki 2 cabang toko, yaitu di Karanganyar dan Boyolali.

Oliver Apparel memiliki fokus untuk menjual produk kepada masyarakat umum. Produk Oliver dapat dipesan secara custom ataupun *ready stock*. Semua produk yang Oliver Apparel sediakan

memiliki kualitas dan pelayanan terbaik dikelasnya.

Oliver Apparel memiliki fokus untuk menjual produk kepada masyarakat umum. Produk Oliver dapat dipesan secara custom ataupun *ready stock*. Semua produk yang Oliver Apparel sediakan memiliki kualitas dan pelayanan terbaik dikelasnya.

Sekarang ini konsumen penggemar jersey memilih suatu produk bukan hanya dilihat dari suatu produk tersebut. Konsumen akan memberikan penilaian sendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu produsen atau pengusaha pakaian olahraga (jersey) perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk.

Menurut (Sangkay et al., 2022) kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Bisa dipastikan bahwa semua buku teks laris dibidang strategi bisnis, pemasaran, dan perilaku konsumen mengupasnya. Bisa dipastikan bahwa semua buku teks laris dibidang strategi bisnis, pemasaran, dan perilaku konsumen mengupasnya. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapannya.

Kepuasan konsumen salah satunya dapat ditunjang dari pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan sangat penting bagi usaha atau bisnis dalam menyediakan pelayanan yang paling baik bagi masing-masing konsumen pada saat melakukan pembelian. Menurut (Rambat Lupiyoadi, 2013) menjelaskan dimana kualitas layanan merupakan cakupan atas seluruh ciri-ciri serta karakteristik suatu produk maupun jasa terkait mampu atau tidaknya dalam memenuhi kebutuhan yang sudah ditetapkan. Pada dasarnya masing-masing konsumen yang memakai layanan lebih berekspektasi akan mendapatkan layanan yang memiliki kualitas tinggi. Didukung oleh (Rambat Lupiyoadi, 2013) yaitu kualitas pelayanan merupakan seberapa besar perbedaan antara pelayanan secara nyata dan harapan pembeli atas pelayanan yang diperoleh atau diterima.

Selain pelayanan yang baik, kepuasan konsumen juga bisa dilihat dari kualitas produk. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat (Kotler, 2009).

Kepuasan produk juga ditunjang oleh harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dan promosi yang dilakukan.

Menurut (Nirwana, 2012) Harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen. Menurut (Muhammad Fajar Laksana, 2019) dalam (Taufan & Azhari, 2023) Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan bertujuan merubah sikap pembeli dari tidak mengenal menjadi mengenal sampai menjadi membeli dan tap megingat produk tersebut.

Dari uraian di atas, penelitian bermaksud untuk meneliti dari keempat faktor penentu kepuasan konsumen, yaitu kualitas layanan; kualitas produk; harga; dan promosi, faktor apa yang dominan menentukan kepuasan konsumen sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk dijadikan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu terkait kepuasan konsumen terhadap suatu produk telah banyak dilakukan. Akan tetapi, masih sedikit penelitian yang secara khusus membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pakaian olahraga (jersey).

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengevaluasi asumsi yang terbentuk sebelumnya dengan memeriksa populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan dengan responden yang memenuhi kriteria sampel. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menghubungi konsumen yang pernah membeli produk Oliver Apparel. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden sedangkan populasi sebanyak 70 responden konsumen yang selama ini menjadi pelanggan perusahaan jersey Oliver Apparel.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data (Riduwan, 2019). Metode dalam pengumpulan data pada penelitian ini, memakai teknik kuesioner. Kuesioner ini dengan membuat pertanyaan tertulis yang diberikan pada responden melalui link *google form* untuk meminta jawaban. Proses pembuatan pertanyaan menggunakan acuan dari indikator masing masing dari variable yang telah ditetapkan.

Skala likert dipakai buat mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seorang ataupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Syafrizal Helmi, 2018) pertanyaan dalam kuesioner ini dibuat dengan mengenakan skala likert 1-5. Nilai skala tersebut diantaranya, jawaban Sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1 buat jawaban Tidak setuju (TS) diberi nilai 2, buat jawaban Netral (N) ,diberi nilai 3 buat jawaban (S) Setuju biberi nilai 4 buat jawaban (SS) Sangat Setuju diberi nilai 5. Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan software *Microsoft Excel* for Windows.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini ada beberapa aspek yang dipahami peneliti untuk mengklarifikasi faktor dominan penentu kepuasan pada konsumen jersey olahraga diantaranya promosi, kualitas produk, pelayanan, harga.

1. Promosi

Tabel 1. Hasil Kuesioner Promosi

Nomer Soal	1	2	3	4	5
Jumlah Skor	198	269	207	284	293
Skor Maksimal	350	350	350	350	350
Presentase	57%	77%	59%	81%	84%
Keterangan	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi
Presentase Rata-Rata	71%				
Keterangan	Tinggi				

2. Kualitas Produk

Tabel 2. Hasil Kuesioner Kualitas Produk

Nomer Soal	1	2	3	4	5	6
Jumlah Skor	302	295	297	295	297	304
Skor Maksimal	350	350	350	350	350	350
Presentase	86%	84%	85%	84%	85%	87%
Keterangan	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
Presentase Rata-Rata	85%					
Keterangan	Sangat Tinggi					

3. Pelayanan

Tabel 3. Hasil Kuesioner Pelayanan

Nomer Soal	1	2	3	4
Jumlah Skor	294	290	287	295
Skor Maksimal	350	350	350	350
Presentase	84%	83%	82%	84%
Keterangan	Sangat Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi
Presentase Rata-Rata	83%			
Keterangan	Sangat Tinggi			

4. Harga

Tabel 4. Hasil Kuesioner Harga

Nomer Soal	1	2	3	4
Jumlah Skor	296	291	300	295
Skor Maksimal	350	350	350	350
Presentase	85%	83%	86%	84%

Pembahasan

1. Promosi

Bedasarkan hasil dari tabel 4.27 rata-rata tanggapan responden mengenai variabel promosi pada perusahaan Oliver Apparel, menunjukkan hasil nilai rata-rata sebesar 71%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor promosi yang dilakukan oleh perusahaan Oliver Apparel, dinilai oleh responden tinggi dan dilihat dari tingkat kepuasan konsumen berdasarkan rentang diatas juga memberikan kepuasan pada konsumennya.

Untuk jawaban kuesioner tertinggi yaitu pada pernyataan ke-5 dengan Oliver Apparel memiliki iklan yang menarik, persentase yang diperoleh yaitu sebesar 84% sedangkan untuk penilaian terendah dari tanggapan responden berada pada pertanyaan ke-7 dengan pernyataan saya mengetahui Produk Oliver Apparel dari Shoope, persentase yang diperoleh yaitu sebesar 77%.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Esty Purwanti & Lupiana, 2023) Sistem informasi pemasaran dapat di implementasikan dengan menggunakan jaringan internet. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perusahaan dapat meningkatkan penjualan, sehingga informasi yang dimiliki oleh konsumen meningkat. Jadi, dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Kualitas Produk

Bedasarkan hasil dari tabel 4.28 rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kualitas produk pada perusahaan Oliver Apparel, menunjukkan hasil nilai rata-rata sebesar 85%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas produk yang dijual oleh perusahaan Oliver Apparel, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kemampuan power otot tungkai pada Siswa Ektrakurikuler Bola Voli SMP NEGERI 1 SAPTOSARI melalui pendekatan latihan menggunakan media tangg. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kemampuan power otot tungkai pada Siswa Ektrakurikuler Bola Voli SMP NEGERI 1 SAPTOSARI sebelum dan sesudah menerima latihan melalui media tangga. Analisis uji-t latihan *Plyometric* Media Tangga kelompok kontrol menunjukkan bahwa nilai sig $0.016 > 0.05$ hal ini dinilai oleh responden sangat baik dan dilihat dari tingkat kepuasan konsumen berdasarkan rentang

diatas juga memberikan kepuasan pada konsumennya.

Untuk jawaban kuesioner tertinggi yaitu pada pernyataan ke 6 dengan pernyataan Produk Oliver sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan, persentase yang diperoleh yaitu sebesar 87% sedangkan untuk penilaian terendah dari tanggapan responden berada pada pertanyaan ke 2 dan 4 dengan pernyataan Produk Oliver Apparel memiliki jahitan yang kuat dan Produk Oliver Apparel memiliki print warna yang tidak mudah luntur, persentase yang diperoleh yaitu sebesar 84%.

Hasil ini didukung oleh penelitian (Bailia et al., 2014) totalitas keistimewaan produk yang timbul dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan, yang memungkinkan produk dipakai untuk penuhi harapan pelanggan ataupun konsumen, adalah yang dimaksud dengan bahan atau produk yang memiliki tingkat kualitas yang tinggi. Ketika konsumen memilih suatu produk, kualitas bahan atau barang memainkan peran penting dalam keputusan mereka. (Tiara Ghassani & Sri Suryoko, 2017) Jika suatu produk mempunyai kualitas yang baik sehingga konsumen bakal melaksanakan pembelian ulang pada produk itu.

3. Pelayanan

Bedasarkan hasil dari tabel diatas rata-rata tanggapan responden mengenai variabel faktor pelayanan pada perusahaan Oliver Apparel menunjukkan hasil rata-rata sebesar 83%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan mendapatkan penilaian Sangat tinggi oleh konsumen.

Untuk jawaban kuesioner tertinggi yaitu pada pertanyaan ke-1 dan ke-3 dengan pertanyaan perusahaan Oliver Apparel memiliki admin yang merespon dengan cepat dengan nilai persentase 84% dan perusahaan Oliver Apparel memiliki akses yang mudah diakses dengan nilai persentase 84%, sedangkan untuk penilaian terendah hasil tanggapan responden berada pada pertanyaan ke-3 dengan pernyataan perusahaan Oliver Apparel merevesi desain dengan cepat dengan persentase 82%. Hasil ini didukung oleh penelitian (Walker, 2001) Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen.

4. Harga

Bedasarkan hasil dari tabel diatas rata-rata tanggapan responden mengenai variabel faktor harga pada perusahaan Oliver Apparel menunjukkan hasil rata-rata sebesar 84%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor harga mendapatkan penilaian sangat tinggi oleh konsumen.

Hasil ini didukung oleh penelitian Kotler & Keller (2016) yang mengatakan bahwa harga suatu barang adalah jumlah uang yang dikenakan untuk itu, bersama dengan nilai yang dipertukarkan orang sebagai imbalan atas utilitas atau keuntungan dari memiliki atau memanfaatkan suatu produk atau layanan.

Harga memainkan peran kunci dalam daya saing semakin terjangkau suatu produk,

semakin besar kemungkinan orang tertarik untuk membelinya (Manurung & Hadian, 2022). Hasil penelitian (Gosal & Setiobudi, 2021) menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang.

Harga dan kualitas memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap kepuasan konsumen. Harga digunakan sebagai indikator kualitas produk, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kepuasan yang lebih tinggi, oleh sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen (Dapkevičius & Melnikas, 2011).

PENUTUP

Bedasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor dominan penentu kepuasan pada jersey olahraga yaitu terdiri dari kualitas produk 85%, harga 84%, pelayanan 83% pelayanan, dan promosi 71%.

Bedasarkan hasil analisis pada faktor promosi diperoleh bahwa terdapat kelemahan pada promosi yang diberikan oleh perusahaan, oleh karena itu saran yang diberikan perusahaan jersey Oliver Apparel harus memberikan atau membekali karyawan skill dalam mempromosikan dengan baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan jersey oliver apparel.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Dapkevičius, A., & Melnikas, B. (2011). Influence of Price and Quality to Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach. *Mokslas - Lietuvos Ateitis*, 1(3), 17–20. <https://doi.org/10.3846/144>
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1785>
- Indarto, P., Subekti, N., & Sudarmanto, E. (2018). Pengukuran Tingkat Minat dengan Bakat Mahasiswa Pendidikan Olahraga Universitas Muhammadiyah Surakarta. *JSES : Journal of Sport and Exercise Science*, 1(2), 57. <https://doi.org/10.26740/jses.v1n2.p57-61>
- Kotler, P., & A. (2009). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal. *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). Dasar-Dasar Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 13.
- Manurung & Hadian. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DALAM BERBELANJA ONLINE SHOPEE. *Jurnal Bisnis*

Mahasiswa, 2, 106–118.

Muhammad Fajar Laksana. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok : Khalifah Mediatama, 2019 © 2019.

Nirwana. (2012). Pemasaran Harga. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4, 37–44.

Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen pemasaran jasa : berbasis kompetensi* (3rd ed.).

Sangkay, P. C. M., 1, Tumbuan, W. J. F. A., 2, & Wa, S. J. C. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN CAFÉ KOPI SOE DI MANA. *Jurnal EMBA*, 10, 1029–1039.

Syafrizal Helmi. (2018). *Analisis data: untuk riset manajemen dan bisnis edisi keempat*. USU press, 2018.

Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung). *JURNAL IKRATH-EKONOMIKA*, 6, 202–208.

Tiara Ghassani, M., & Sri Suryoko, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE Tahun*, 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

Walker. (2001). Managing Customer Dissatisfaction Through Effective Complaint Management System. *Journal of Management Strategy*, 331–335.

UMS LIBRARY
-TERAKREDITASI A-