



Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

► *Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*

► *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Aset Strategik Terhadap Hubungan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Industri Pakaian Jadi di Provinsi DKI Jakarta)*

► *Service Quality as a Mediator of Price Level and Competitive Conditions that Influence Customer Satisfaction of Visitors of Stars Hotel in East Java*

► *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Penumpang KRL Ekspres di Stasiun Lenteng Agung*

► *Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Toko Buku Gunung Agung di Mall Ciputra*

► *Analisis Citra Label, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI di Jakarta*

► *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komitmen Guru Terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan Guru di Sekolah Menengah Kejuruan Kabupaten Tangerang*

► *Perumusan Strategi Berbasis Perspektif Balance Scorecard pada PT. Realife Realty Indonesia Depok (PMS)*

► *Memastikan Jenis Kausalitas: Hubungan atau Pengaruh?*

Kebersamaan Keterbukaan Kesiambungan



Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

DARI REDAKSI

Salam sejahtera,

Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada pembaca yang masih setia menanti edisi Jurnal Pengembangan Wiraswasta.

Dalam edisi kali ini, redaksi menurunkan tulisan-tulisan mengenai Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Perusahaan, Pemasaran, Sdm, Strategik dan tulisan mengenai Memastikan Jenis Kausalitas: Hubungan atau Pengaruh?

Segegap redaksi berharap sumbangan tulisan berupa hasil penelitian dari bapak/ibu sekalian sesuai dengan pedoman penulisan yang telah ditentukan. Semoga apa yang kami sajikan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Selamat membaca.

ARTI LOGO

Tiga orang bergandengan melangkah bersama melambangkan Kebersamaan, dan Kesyukuran. Garis yang mengelilingi ketiga orang seperti buku yang terbuka melambangkan Keterbukaan.



Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

PELINDUNG

HR. Soemitro (*Pembina Yayasan IPWIJA*)
Hj. Siti Kumala, S.Mi. (*Ketua Yayasan IPWIJA*)

PENANGGUNG JAWAB

Dr. Suyanto, SE., MM, M.Ak (*Ketua STIE IPWIJA*)
Drs. Juniarto Royo Prasetyo, MPM., Ed.D. (*Wakil Ketua STIE IPWIJA*)

PIMPINAN UMUM

Ir. Titing Widyastuti, MM (*Ketua Program M.M. STIE IPWIJA*)

DEWAN REDAKSI

Prof. J. Supranto, MA., APU (*UPI YAI*)
Drs. (Ec). Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D. (*UNDIP*)
Ir. Agung Martono, MM., DBA. (*QIA Consulting*)
Drs. Sudarso, MM (*UNTAR*)
Drs. Slamet Ahmadi, MM (*STIE PUTRA BANGSA*)

PEMIMPIN REDAKSI

Ir. Jen ZA. Hans, M.Sc., Ph.D

REDAKSI PELAKSANA

Dra. Yuli Triastuti, MM
Anna Wulandari, SE, MM

ADMINISTRASI DAN KEUANGAN

Estuti Fitri Hartini, SE., MM

DISTRIBUSI / PEMASARAN

Rasipan, SH., MM.
Gd. Adhi Graha Lt.14 Jl. Gatot Subroto Kav.56 JKT 12950
Tel. (021) 5265266 (Hunting) Fax. (021) 5265270

ALAMAT REDAKSI

STIE IPWIJA Adhi Graha Lt. 14
Jl. Gatot Subroto Kav. 56 Jakarta Selatan
Telp. 5265266 Fax. 5265270
Email. stieipwija@cbn.net.i

PENERBIT

P4M STIE IPWIJA

PERCETAKAN

CV. Agung Semarang

FREKWENSI TERBIT

4 (Empat) Bulanan



Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

DARI REDAKSI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

DAFTAR ISI

KEUANGAN

- *Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*
Susanti Widyastuti 263 - 278

PEMASARAN

- *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Aset Strategik Terhadap Hubungan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Industri Pakaian Jadi di Provinsi DKI Jakarta)*
Sri Lestari Prasilowati 279 - 294
- *Service Quality as a Mediator of Price Level and Competitive Conditions that Influence Customer Satisfaction of Visitors of Stars Hotel in East Java*
Juniarto R. Prasetyo dan Hery Margono 295 - 307
- *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Penumpang KRL Ekspres di Stasiun Lenteng Agung*
Jayadi dan Wuliana Yesica 308 - 318
- *Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Toko Buku Gunung Agung di Mall Ciputra*
Yuli Triastuti dan Lely Rosaria 319 - 330
- *Analisis Citra Label, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI di Jakarta Besar Agung*
Martono Dan Roswati 331 - 340

SUMBERDAYA MANUSIA

- *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komitmen Guru Terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan Guru di Sekolah Menengah Kejuruan Kabupaten Tangerang*
Titing Widyastuti 341 - 350

STRATEGIK

- *Perumusan Strategi Berbasis Perspektif Balance Scorecard pada PT. Realife Realty Indonesia Depok (PMS)*
Yoyo Indah Gunawan dan Eko Budiyananto 351 - 363

PENDIDIKAN

- *Memastikan Jenis Kausalitas: Hubungan atau Pengaruh?*
SM. Parulian Tanjung 364 - 372

Redaksi menerima sumbangan tulisan/artikel yang ada hubungannya dengan ekonomi bisnis dan manajemen dari para pembaca. Tulisan harap diketik 2 spasi pada kertas ukuran A4 maksimal 30 halaman. Setiap tulisan disertai abstraksi dan referensi. Redaksi berhak merubah/menyempurnakan isi tulisan. Pendapat yang dinyatakan dalam majalah ini adalah pendapat pribadi penulis, meskipun redaksi bertanggung jawab atas pemilihan tulisan yang hendak dimuat.

ANALISIS CITRA LABEL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA HELM SNI DI JAKARTA

Oleh:
Agung Martono
Roswati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra label, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Helm SNI. Penelitian dilakukan terhadap 100 orang pengguna sepeda motor. Dengan menggunakan analisis regresi yang diolah menggunakan SPSS, maka disimpulkan bahwa Pengaruh Citra Produk, Kualitas dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI ditunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 0,470 dengan persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$. Hasil pengujian regresi berganda dengan uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar nilai $F_{tabel} = 3,29$ sehingga Citra Produk, Kualitas dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI. Pengaruh (Citra Produk terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI adalah signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,098 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} sebesar 2,047. Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI adalah signifikan, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,434 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 2,047. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI adalah signifikan, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,870 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 2,047. Menyikapi hasil penelitian ini, maka perlu dilakukan penjelasan tentang standardisasi helm SNI untuk membantu masyarakat memahami syarat, kriteria, standar dan label helm SNI.

Kata Kunci: *kepuasan pengguna, citra label, kualitas produk, harga.*

Alumni STIE IPWIJA

I. PENDAHULUAN

Penerapan wajib SNI pada produk Helm sesuai dengan tujuan dari standardisasi nasional yaitu utamanya memberikan perlindungan kepada konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja dan masyarakat lainnya untuk keselamatan, keamanan kesehatan maupun pelestarian fungsi lingkungan hidup. Selain itu tujuan standardisasi nasional juga mem-

*Besar Agung Martono adalah
Dosen STIE IPWIJA
Roswati adalah*

bantu perdagangan dan persaingan usaha yang sehat dalam perdagangan.

Standar Nasional Indonesia (SNI) yang wajib bertanda SNI ini didukung oleh UU RI No. 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutann Jalan yang mewajibkan setiap kendaraan bermotor wajib dilengkapi perlengkapan Helm SNI dan juga menggunakan Helm SNI. Direktorat Lalu Lintas RI sudah mensosiali-sasikan tentang Helm SNI kepada masyarakat pada tahun 2010. Pada sosialisasi ini disampaikan tentang pentingnya penggunaan Helm SNI bagi keselamatan pengendara kendaraan bermototr roda dua. Sesuai dengan data dari kepolisian 80% dari seluruh kecelakaan di jalan raya adalah pengendara sepeda motor dan sekitar 905 diantaranya menderita luka yang serius dibagian kepala.

Dengan pertimbangan tersebut maka penulis mencoba membahas masalah yang telah dijabarkan diatas dan dipilihlah judul "Analisis Citra Label, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI di Jakarta

II. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan terutama:

1. Untuk mengetahui sejauh mana citra label terhadap kepuasan konsumen Helm SNI .
2. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen Helm SNI sehingga konsumen tetap memilih Helm SNI

3. Untuk mengetahui tingkat harga terhadap kepuasan konsumen Helm SNI.

III. KAJIAN TEORI

A. Konsep Citra Label

Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Perusahaan merancang suatu identitas atau penetapan posisi (*positioning*) untuk membentuk citra produk di masyarakat, tetapi faktor-faktor lain mungkin mempengaruhi cara masyarakat mempersepsikannya.

Citra yang efektif dapat melakukan tiga hal untuk suatu produk, yaitu:

1. Menyampaikan suatu pesan tunggal yang menetapkan karakter produk dan usulan nilai.
2. Menyampaikan pesan ini dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikelirukan dengan pesan serupa dari para pesaing.
3. Mengirimkan kekuatan emosional sehingga membangkitkan hati maupun pikiran pembeli.

Mengembangkan citra yang kuat membutuhkan kreatifitas dan kerja keras. Citra tidak dapat ditanam dalam pikiran masyarakat dalam satu malam atau disebarkan melalui satu media saja. Sebaliknya, citra harus disampaikan melalui setiap sarana komunikasi yang tersedia dan disebarkan terus menerus.

Citra dibentuk berdasarkan impresi atau pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu, sehingga pada akhirnya mampu membangun suatu sikap mental. Sikap mental ini nantinya akan dipakai sebagai pertimbangan untuk

mengambil keputusan karena citra dianggap bisa mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu.

Dengan demikian menurut Alma (1992) citra adalah, *"Image is the impression, feeling, the conception which the public has of a company, a conditionally created impression of an object, person or organization"* atau *"citra adalah kesan, impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau lembaga"*.

B. Pengertian Kualitas Produk

Menurut penelitian Boyd dan Mason (1999), dimana menekankan pada karakteristik munculnya kategori produk yang akan mengakibatkan evaluasi konsumen potensial pada kategori. Mason (1990), secara spesifik menggunakan daya tarik pada kategori produk sebagai penjelasan untuk pembelian pelanggan. Dengan menunjukkan bagaimana suatu produk baru yang masuk dapat mengakibatkan konsumsi total pada suatu kategori.

Mason juga memberikan keterangan bila konsumen merasa yakin akan suatu kategori, maka jika kita menanggung konsumsi yang dapat diwakili dengan keyakinan akan dapat dipengaruhi dengan kategori atribut. Penemuannya memberikan kesan jika memberikan perbedaan dalam preferensi individu, kategori produk akan diubah, yaitu dengan menambahkan pilihan, juga akan mampu berubah (meningkat) secara potensial. Daya tarik produk baru dibentuk oleh delapan indikator, yaitu:

harga produk, kelebihan produk, reputasi perusahaan, ketersediaan produk pendukung, aksesoris dan jasa, baik buruknya review mengenai produk, kompleksitas produk, keuntungan relatif dan level standarisasi (Boyd dan Mason:1999).

C. Pengertian Harga

Basu Swastha & Irawan (2008: 241) mendefinisikan harga adalah:

"Sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya sehingga harga yang dibayarkan oleh pembeli sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut."

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

- 1) Peranan alokasi dari harga
- 2) Peranan informasi dari harga.

D. Konsep Kepuasan Pengguna

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995). Produk jasa berkualitas mempunyai peranan

penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler & Armstrong, 1996).

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 1997). Dengan demikian, harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua Perusahaan pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

Menurut Tjiptono (1997:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan.

IV. METODE PENELITIAN

A. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pengguna sepeda motor yang memakir kendaraannya di tempat parkir sepeda motor yang berada di gedung Surveyor Indonesia dan Kementerian Perindustrian. Sedangkan sampel adalah sebagian dan populasi dan persoalan sampel adalah penetapan

jumlah. Menentukan ukuran sampel menggunakan nilai rata-rata dengan error of estimasi 5% dan standar deviasi 0,25 maka jumlah sampel ditentukan:

$$n = \frac{S^2 \cdot Z^2}{e^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel yang dipilih.
- S : Standar deviasi
- Z : Tingkat keyakinan
- e : Tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah :

$$n = \frac{(0.25)^2 \cdot (1.96)^2}{(0.05)^2}$$

n = 96.04 dibulatkan 100 sampel

Sumber Data: Mulyanto H, 2010:107

B. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data yaitu:

- Data Primer

Adalah data yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian yang sedang ditangani. Pada penelitian ini pencarian data akan lebih ditekankan pada penggunaan kuesioner.

- Data Sekunder

a. Kuesioner

Adalah seperangkat pernyataan yang diajukan kepada responden dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara tertulis dari responden berkaitan dengan tujuan penelitian.

b. Dokumentasi

Adalah pengumpulan informasi dengan mempelajari sumber data tertulis untuk memperoleh data sekunder mengenai data pegawai,

tugas dan fungsi Badan Kebijakan Iklim dan Mutu Industri.

C. Tehnik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuantitatif yaitu analisis terhadap data yang telah diberi skor sesuai dengan skala pengukuran yang telah menggunakan formula-formula statistik.

Untuk lebih jelasnya teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian tersebut valid atau tidak. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tetap. Instrumen dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada tabel Corrected item-Total Correlation lebih besar dari r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu instrumen dapat dikatakan andal bila alat ukur tersebut mengarah pada keajegannya atau konstan, sehingga hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran berulang-ulang terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama pula. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai r_{hitung} pada tabel

Cronbach's Alpha if Item Deleted lebih besar dari r_{tabel} .

2. Uji Asumsi.

Uji Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Multikolinearitas.

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan terdapat korelasi antar variabel independen. Antar variabel independen dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila dalam perhitungan menggunakan SPSS 16 diperoleh nilai tolerance diantara 0,5 - 1, atau nilai VIF dikisaran angka 1.

b. Uji Heterokedastisitas.

Uji Heterokedastisitas untuk mengetahui pola penyebarannya. Jika terjadi pola yang menyebar berarti model regresi tersebut tidak terjadi Heterokedastisitas. Syarat model regresi yang baik adalah terjadi pola yang menyebar di atas dan di bawah nol. Hal ini dapat kita lihat pada gambar Scatterplot.

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel dependent, independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk mengetahui sebaran jawaban dari responden dari setiap butir-butir pertanyaan dari instrumen yang diajukan.

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji F.

Uji F untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan variable-variabel independent terhadap variabel dependent. Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel-variabel independent punya pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent.

b. Uji t.

Uji t untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel independent punya pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

V. PEMBAHASAN

A. Analisis Hasil Statistik

1. Pengaruh Variabel X_1 (Citra Produk), Variabel X_2 (Kualitas) dan Variabel X_3 (Harga) secara Simultan terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI)

Hasil perhitungan dengan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1

Hasil Uji REGRESI linier BERGANDA

Variabel	Koefisien Regresi	Beta	Sig.
Konstanta	-0,136		
Citra Produk (X_1)	0,294	0,205	0,010
Kualitas (X_2)	0,309	0,320	0,002
Harga (X_3)	0,436	0,327	0,001
R = 0,685		R ² = 0,470	F = 28,351
			Sig. 0,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi linier berganda, F_{hitung} , dan probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan. Persamaan regresi dapat dibentuk dari kolom *Unstandardized Coefficients* yaitu pada kolom B, di mana dari nilai yang ada pada *Unstandardized Coefficients* yaitu pada kolom B dapat dibuat persamaan regresi berganda yaitu:

$$\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$$

Untuk mengetahui signifikansi atau tidaknya pengaruh Variabel X_1 (Citra Produk), Variabel X_2 (Kualitas) dan Variabel X_3 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI) maka dilakukan uji signifikansi dengan melihat F_{hitung} dan atau probabilitas (Sign.). Data hasil perhitungan dalam tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan $F_{hitung} = 28,351$ dan probabilitas $Sig. = 0,000$, karena nilai probabilitas $Sig.$ lebih kecil dari pada taraf uji α ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dibandingkan dengan F_{tabel} .

b. Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ juga memiliki nilai R sebesar 0,685 dan R^2 senilai 0,470.

2. Pengaruh Variabel X_1 (Citra Produk) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI)

Berdasarkan analisis statistik yaitu dengan analisis regresi linier berganda untuk variabel Citra Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI (Y) dapat dilihat pada lampiran 4 adalah:

Tabel 2
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	Koefisien Regresi	Beta	t_{hitung}
Konstanta	-0,136		
Citra Produk (X_1)	0,294	0,205	2,098
Kualitas (X_2)	0,309	0,320	3,434
Harga (X_3)	0,436	0,327	3,870
$r = 0,546$	$r^2 = 0,298$	$F = 28,351$	Sig. 0,010

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS, 2011

Untuk mengetahui signifikansi atau tidaknya pengaruh variabel Citra Produk (X_1) maka dilakukan uji signifikansi terhadap koefisien regresi Citra Produk (X_1) dengan melihat t_{hitung} dan atau probabilitas (Sign.) Data hasil perhitungan dalam tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan $t_{hitung} = 2,098$ dan probabilitas Sig. = 0,010, karena nilai probabilitas Sig. lebih kecil dari pada taraf uji α ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a

diterima atau dibandingkan dengan tabel.

a. Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,294.

b. Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan $t_{hitung} = 2,098$ dan probabilitas Sig. = 0,010, karena nilai probabilitas Sig. lebih kecil dari pada taraf uji α ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh variabel Citra Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI (Y) pada penelitian ini signifikan.

c. Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan nilai r^2 sebesar 0,298.

3. Variabel X_2 (Kualitas) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI)

Berdasarkan analisis statistik yaitu dengan analisis regresi linier berganda untuk variabel Kualitas (X_2) terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI (Y) dapat dilihat pada lampiran 4 adalah:

Tabel 3
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	Koefisien Regresi	Beta	t_{hitung}
Konstanta	-0,136		2,328
Citra Produk (X_1)	0,294	0,205	2,098
Kualitas (X_2)	0,309	0,320	3,434

PEMASARAN

Harga (X_3)	0,436	0,327	3,870
$r = 0,660$ $r^2 = 0,435$ $F = 28,351$ Sig. 0,002			

Sumber: Hasil Penelitian, 2011

Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,309. Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan $t_{hitung} = 3,434$ dan probabilitas Sig. = 0,002, karena nilai probabilitas Sig. lebih kecil dari pada taraf uji α ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas (X_2) terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI (Y) pada penelitian ini signifikan. Dalam persamaan regresi linier berganda dengan nilai $r^2 = 0,435$.

4. Variabel X_3 (Harga) terhadap Var. Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI)

Berdasarkan analisis statistik yaitu dengan analisis regresi linier berganda untuk variabel Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI (Y) adalah:

Tabel 5
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	Koefisien Regresi	Beta	t_{hitung}
Konstanta	-0,136		2,328
Citra Produk (X_1)	0,294	0,205	2,098
Kualitas (X_2)	0,309	0,320	3,434
	0,436	0,327	3,870

Harga (X_3)			
$r = 0,630$ $r^2 = 0,396$ $F = 28,351$ Sig. 0,001			

Sumber: Hasil Penelitian, 2011

Untuk mengetahui signifikansi atau tidaknya pengaruh variabel Harga (X_3) maka dilakukan uji signifikansi terhadap koefisien regresi Harga (X_3) dengan melihat t_{hitung} dan atau probabilitas (Sign.) Data hasil perhitungan dalam tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan $t_{hitung} = 3,870$ dan probabilitas Sig. = 0,001, karena nilai probabilitas Sig. lebih kecil dari pada taraf uji α ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dibandingkan dengan t_{tabel} .

- Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = 0,218$ dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,436.
- Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan $t_{hitung} = 3,870$ dan probabilitas Sig. = 0,001, karena nilai probabilitas Sig. lebih kecil dari pada taraf uji α ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh variabel Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI (Y) pada penelitian ini signifikan.

Dalam persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$ memiliki nilai konstanta $a = -0,136$ dengan nilai r^2 sebesar 0,396.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pengaruh Variabel X_1 (Citra Produk), Variabel X_2 (Kualitas) dan Variabel X_3 (Harga) secara simultan terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI) ditunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 0,470 dengan persamaan regresi linier berganda $\hat{Y} = -0,136 + 0,294X_1 + 0,309X_2 + 0,436X_3$.

Hasil pengujian regresi berganda dengan uji F bahwa pengaruh variabel X_1 (Citra Produk), variabel X_2 (Kualitas) dan variabel X_3 (Harga) secara Simultan terhadap variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI) ternyata signifikan yaitu nilai F_{hitung} lebih besar nilai $F_{tabel} = 3,29$.

Pengaruh Variabel X_1 (Citra Produk) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI) signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,098 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 2,047.

Pengaruh Variabel X_2 (Kualitas) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI) signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,434 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 2,047.

Pengaruh Variabel X_3 (Harga) terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengguna Helm SNI) signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung}

sebesar 3,870 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 2,047.

B. Saran-saran

Perlunya penjelasan tentang standardisasi helm SNI untuk membantu masyarakat memahami syarat-syarat atau kriteria helm SNI. Pengendara juga harus memperhatikan kualifikasi bahan pelengkap yang terdapat dalam helm tersebut.

Masyarakat perlu mengetahui bahwa menurut data BSN tahun 2010 ada delapan perusahaan anggota Asosiasi Industri Helm Indonesia (AIHI) yang produknya sudah SNI, Kedelapan perusahaan ini memproduksi 19 merek helm ber-SNI, antara lain, Ink, Kyt, MDS, MBC, Hiu, Cargloss Helmet, NHK, GM, VOG, Maz, Mix, JPN, Besti, Cross, SMI, SHC, Otogoki, Caberg dan HBC.

Masyarakat perlu mendukung perwujudan tindak lanjut dalam pelaksanaan sosialisasi Badan Standardisasi Nasional (BSN) yang bertema "Pilih Helm SNI, Pilih SELAMAT).

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, Alma, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Husein Umar, 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kamus besar Bahasa Indonesia., 1989, Penerbit Indah, Jakarta.
- Kartajaya, H. 1996, *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan*

PEMASARAN

- Global. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management..* Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 1999. *Principles of Marketing.* Prentice Hall International, Inc.
- Lovelock, Christopher, Wright, Lauren. 2000. *Principles of Service Marketing and Management,* Prentice Hall International, Inc.
- Payne, Adrian. 2001. *Pemasaran Jasa.* (terjemahan). Edisi 1. Penerbit Andy. Yogyakarta.
- Porter, ME. 1992. *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul.* Penerbit Erlangga.
- Porter, M.E, 1995. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisa Industri dan Pesaing.* Agus Maulana (terjemahan). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian.* Alfabete:IKAPI. Bandung.
- Tjiptono, F. 2000., *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta. Penerbit ANDI
- Zeithaml, VA, Bitner, Mary Jo., 2000. *Services Marketing,* Irwin Mc. Graw Hill, Boston.