

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI GAME ONLINE MOBILE LEGENDS
(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI GAME ONLINE MOBILE LEGENDS DI SULAWESI
UTARA)**

*THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON CONSUMER
SATISFACTION MOBILE LEGENDS APPLICATION USER
(STUDY OF MOBILE LEGENDS ONLINE GAME APPLICATION USERS IN NORTH CELEBES)*

Oleh:

**Joshua J.A Pangow¹
Willem J.F.A Tumbuan²
Reitty L. Samadi³**

¹²³Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹joshuapangow062@student.unsrat.ac.id

²alfa.tumbuan@unsrat.ac.id

³reittylilysamadi@gmail.com

Abstrak: Mobile Legends adalah game yang berbasis di platform Android dan IOS yang merupakan game interaktif dengan membuat akun player yang dapat memainkan karakter (hero) yang bertujuan untuk mencapai kemenangan apabila bisa menghancurkan base musuh dan mempertahankan main base dari serangan musuh. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 100 responden pengguna aplikasi game online Mobile Legends dengan menggunakan teknik pengambilan sampel probability sample. Jenis penelitian ini adalah uji kausal dimana untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara suatu bahkan lebih variabel terikat. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara.

Kata Kunci: kualitas produk, citra Merek, kepuasan konsumen

Abstract: Mobile Legends is a game based on Android and IOS platforms it is an interactive game by creating a player account to be able to play the main character (hero) which aims to reach victory if the player be able to destroy the enemy main base and defend the main base from enemy attack. This research was conducted on Mobile Legends users in Celebes North. This study aims to determine the effect of product quality and brand image on customer satisfaction. The sample used in the study amounted to 100 Mobile Legends users in Celebes North respondents using probability sampling techniques. This type of research is a causal test to determine the relationship or influence between one or even more independent variables on the dependent variable. The research method uses multiple linear regression analysis with the help of data management using SPSS software. The result of this study indicates that product quality and brand image simultaneously or partially have a significant effect on customer satisfaction of Mobile Legends users in Celebes North)

Keywords: Product Quality, Brand Image and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada situasi seperti saat ini perusahaan dituntut mempunyai kemampuan untuk menciptakan terjadinya kepuasan pada konsumen, salah satunya dengan membuat konsumen harus dapat menikmati produk yang

disajikan. Jika konsumen sangat menikmati produk yang disajikan, maka akan memberikan pengaruh yang positif terhadap lamanya waktu yang akan dihabiskan untuk menikmati produk yang disajikan tersebut. Akibat dari semakin lama waktu yang dihabiskan konsumen, maka dapat meningkatkan probabilitas terjadinya penggunaan produk tersebut secara berkelanjutan.

Perusahaan harus dapat melihat kesempatan dalam mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan konsumen secara maksimal. Sebagai contoh perusahaan harus memberikan fasilitas dengan mutu terbaik, fasilitas unggul, promosi yang baik, dan citra perusahaan positif terhadap konsumen. Kewajiban perusahaan harus dapat menentukan langkah-langkah yang akan diambil selanjutnya untuk mengukur kepuasan konsumen.

Berdasarkan observasi penelitian, salah satu faktor dalam memuaskan konsumen yaitu, kualitas produk yang dihasilkan karena dengan meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meingkat, sehingga perusahaan akan mendapat predikat yang baik di mata pelanggan. Selain kualitas produk citra merek juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang mana citra merek tersebut meliputi brand official & brand local. Dari kedua citra brand tersebut masing-masing memiliki daya tarik tersendiri. Dalam hal ini bagaimana perusahaan harus dapat memberikan kualitas terbaik serta mengupayakan merek mereka bisa dikenal secara luas agar konsumen bisa tertarik dan menggunakan produk atau jasa dari perusahaan secara berkelanjutan.

Dampak era digital khususnya jaringan internet bagi sebagian besar umat manusia pada saat ini sangat menjanjikan, internet tidak memandang usia bagi para penggunanya mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, sehingga apapun hal yang kita inginkan selagi masih bisa di jangkau oleh jaringan maka semuanya pasti bisa diakses. Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Internet sering digunakan untuk kebutuhan komunikasi, interaksi sosial, edukasi, transaksi bisnis, penyimpanan data dan bahkan di bidang hiburan. Mulai dari Smartphone, Personal Computer dan Warung Internet merupakan tempat orang-orang meluangkan waktu mereka untuk mengakses jaringan internet.

Dalam dunia bisnis dengan memanfaatkan jaringan internet yang ada, munculah ide-ide brilliant dari perusahaan untuk mengembangkan produknya di era modern ini, salah satunya dengan menciptakan berbagai macam game online. Berdasarkan pada usaha yang meyakinkan dan menjanjikan, game online saat ini merupakan cara yang tepat untuk menarik pelanggan karena banyaknya peminat dari berbagai kalangan yang menikmati sensasi dari bermain game online.

Dikarenakan game online memiliki peluang bisnis dan pangsa pasar yang besar dan menjanjikan, maka perusahaan pencetus game online wajib memberikan fitur - fitur yang menarik dan unik sehingga konsumen dapat merasakan kenyamanan serta keseruan dalam bermain game online tersebut dan tentu juga dapat menarik banyak konsumen.

Indonesia merupakan salah satu pasar industri game terbesar di dunia. Terutama game mobile atau permainan video yang dimainkan melalui telepon seluler, computer tablet, ataupun konsol. Berdasarkan laporan We Are Social, Indonesia menjadi negara dengan jumlah permainan video game terbanyak ketiga di dunia. Laporan tersebut mencatat ada 94,5% pengguna internet di Indonesia yang memainkan video game.

Game Online Mobile Legends untuk saat ini sedang populer di Indonesia. Bukan hanya di Indonesia namun beberapa negara ASEAN seperti: Thailand, Malaysia, Filipina, Singapore dan juga ada negara-negara besar seperti Brazil, Russia dan Jepang tidak ketinggalan untuk menikmati serunya bermain game online Mobile Legends. Mobile Legends adalah game yang berbasis di platform Android dan IOS diterbitkan oleh Moonton merupakan game interaktif dengan membuat akun player yang dapat memainkan karakter (hero) yang bertujuan untuk mencapai kemenangan apabila bisa menghancurkan base musuh dan mempertahankan main base dari serangan musuh. Sebutan untuk konsumen yang memainkan game online ini disebut Player. Di masing-masing tim, ada lima player yang masing-masing ketika mengendalikan hero mereka juga harus memilih jalur yang biasa disebut lane ketika dalam permainan yang masing-masing lane di isi oleh role (Jungler, Roamer, EXP Laner, Gold Laner dan Midlaner). Jumlah pemain Mobile Legends di Indoneisa (pemain aktif bulanan) mencapai 34 Juta Player.

Semakin menonjolnya nama Mobile Legends di Indonesia khususnya bagi anak mudah dengan memanfaatkan nama game online Mobile Legends, berbagai ide bermunculan seperti, membuat turnamen tidak resmi atau biasa disebut offline tournament dan biasanya diikuti oleh setiap peserta yang telah mendaftarkan timnya dalam turnamen tersebut. Dalam hal ini masing-masing memperoleh keuntungan untuk pihak penyelenggara dan pihak peserta. Selain itu konsumen bisa juga meraup keuntungan pribadi dengan menjadi Streamer dan Youtuber dengan memanfaatkan image branded dari game online Mobile Legends.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Game Online Mobile Legends”. Studi pada pengguna game online Mobile Legends di Sulawesi Utara.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna game online Mobile Legends?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends?

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Definisi manajemen pemasaran dari Kotler dan Keller (2009:05) adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran (marketing management) adalah seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar. Tujuan manajer pemasaran adalah menemukan, menarik, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan sasaran dengan menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan keunggulan nilai bagi pelanggan.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler & Keller, 2008:272). Dalam mengembangkan sebuah produk, mula-mula pemasar harus memilih tingkat kualitas yang mendukung positioning produk. Di sini, kualitas produk berarti kualitas kinerja, kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Di samping tingkat kualitas, kualitas tinggi juga bisa berarti tingkat konsistensi kualitas yang tinggi. Di sini, kualitas produk berarti pemastian kualitas, bebas dari kerusakan dan konsisten dalam menghantarkan tingkat kinerja yang ditargetkan.

Citra Merek

Citra merek adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut Keller (1993). Dapat juga dikatakan bahwa citra merek merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya, Erna Feririanadewi, (2008:165-166).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yaitu sejauh mana suatu tingkat produk dipersiapkan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. (Sangadji & Sopiah, 2013: 180-181).

Penelitian terdahulu

Penelitian dari Tampanatu, Lumanaw, Tumbuan (2014) dengan judul “Analisis Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Departement Store Mega Trade Center Manado”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh; Gaya hidup dan kualitas produk baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Matahari Department Store MTC. Hasil penelitian diperoleh bahwa Gaya Hidup dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Department Store MTC Manado. Saran dari peneliti bagi perusahaan agar tetap meningkatkan dan mempertahankan image sebagai produk terpopuler, sehingga pembeli/konsumen tetap terjaga. Karena produk sepatu bermerek merupakan peningkat gaya hidup untuk semua kalangan atau usia.

Penelitian Jonathan J. J. Mentang, Imelda W. J. Ogi, Reitty L. Samadi (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19”. Tujuan dari penelitian ini; Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh: (1) Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19. (2) Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemic covid-19. (3) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19. Jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif penile mendapatkan hasil; (1) Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19. (2) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado di masa pandemi covid-19. Saran dari peneliti untuk lebih meningkatkan dan tetap menjaga kualitas produk disaat mulai bermunculan pesaing baru sejenis sehingga dapat menyakinkan dan memberikan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai yang diharapkan.

Penelitian dari Sambara, Tawas, Samadi (2021) dengan Judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.AM Koffie Spot Manado”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe 3.am Koffie Spot baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan baik secara simultan dan parsial Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe 3.am Koffie Spot, Manado. Saran dari peneliti berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan dari penelitian ini penulis memberikan saran bagi perusahaan untuk terus mengembangkan dan mempertahankan kualitas produknya, kualitas pelayanan dan store atmosphere lebih di perhatikan agar dapat lebih memberikan kepuasan bagi konsumen, yang berarti dapat memberikan loyalitas bagi konsumen.

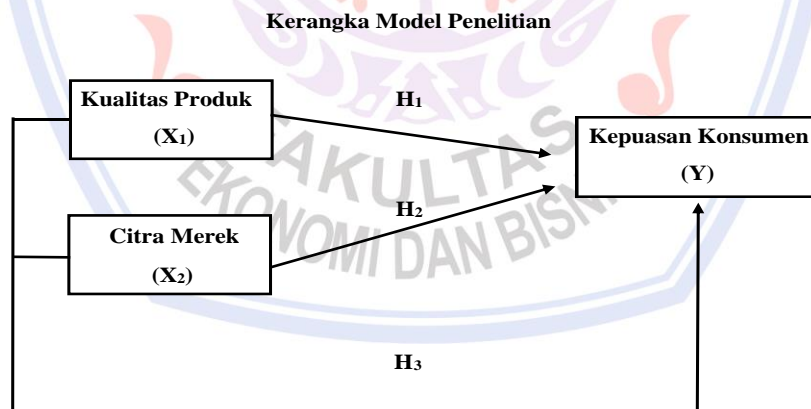
Hipotesis

H₁: Kualitas produk diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₂: Citra merek diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₃: Kualitas produk dan citra merek diduga secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Olahan (2022)

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Travers (dalam Husein Umar, 2005:87) penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Dan juga melalui pendekatan korelasi dimana penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi (Husein Umar, 2005:90).

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 108109) mengatakan bahwa "Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian". Apabila seorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi yang dimaksud adalah, semua subjek yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti. "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti". Sampel dalam penelitian ini diambil dari setiap pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel yang ditetapkan peneliti. Karena populasi pengguna aplikasi game online terlalu banyak maka tidak memungkinkan menggunakan populasi. Dengan tujuan untuk menghemat tenaga, waktu dan dana yang terbatas, sehingga dalam penelitian ini responden atau sampel ditetapkan sebanyak 100 untuk mewakili konsumen yang menggunakan aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi utara. Dengan tingkat keyakinan 0,95 dan $\alpha = 0,05$ dan kesalahan yang mungkin terjadi tidak lebih dari 5%.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut sugiyono, (2014:224) bahwa data kuantitatif adalah data yang bersifat numerik atau angka yang dapat di analisis dengan menggunakan statistik. Sumber data penelitian adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara. Data primer yang digunakan yaitu bersumber dari kuesioner yang diperoleh langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau bersangkutan, data primer ini disebut juga data asli atau data baru.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Kuesioner

Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2010:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden merupakan orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebar kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pertanyaan responden. Mekanisme pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden.

Teknik Observasi

Teknik Observasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini: Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara.

Definisi Operasional Variabel

Nasir (2011) mendefinisikan bahwa operasional variabel merupakan penarikan sebuah batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari variabel (yang diungkapkan dalam definisi konsep), variabel tersebut akan diteliti dengan tujuan agar dapat memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel Kepuasan Konsumen (Y), Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2).

Pengujian Instrumen

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghazali (2011:97). Pengujian reliabilitas instrumen menurut Sugiyono (2010:354) dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik-teknik tertentu.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar data sampel yang diolah dapat benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan.

Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residu memiliki distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Citra Merek

b₁ = koefisien regresi variabel Kualitas Produk

b₂ = koefisien regresi variabel Citra Merek

e = error

Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya, Hipotesis akan ditolak jika salah, dan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan.

Uji F

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen.

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan.
 - Jika tingkat signifikan lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak, sebaliknya H_a diterima.
2. Dengan membandingkan F hitung dengan F tabel

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi.
 - Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak, sebaliknya H_a diterima.
2. Dengan membandingkan t hitung dengan tabel.
 - Jika t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak, sebaliknya H_a diterima.
 - Jika t hitung < t tabel, maka H₀ diterima, sebaliknya H_a ditolak

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independent (kualitas produk, dan citra merek) secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan adjusted R square kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independent, maka R² pasti meningkat. Oleh karena itu banyak peneliti yang menganjurkan menggunakan adjusted R square pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti R² nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambahkan ke dalam model.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	Item	Pearseon Cor	Nilai Signifikan	Keterangan
X1 = Kualitas Protuk	X1.1	0.662	0.000	Valid
	X1.2	0.608	0.000	Valid
	X1.3	0.709	0.000	Valid
	X1.4	0.777	0.000	Valid
	X1.5	0.669	0.000	Valid
X2 = Citra Merek	X2.1	0.634	0.000	Valid
	X2.2	0.628	0.000	Valid
	X2.3	0.773	0.000	Valid
	X2.4	0.629	0.000	Valid
	X2.5	0.763	0.000	Valid
Y = Kepuasan Konsumen	Y1	0.662	0.000	Valid
	Y2	0.675	0.000	Valid
	Y3	0.688	0.000	Valid
	Y4	0.757	0.000	Valid
	Y5	0.625	0.000	Valid

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah total skor masing-masing pertanyaan untuk variabel X1, X2 dan Y, Seluruhnya menghasilkan pearson correlation > 0.30 dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliability

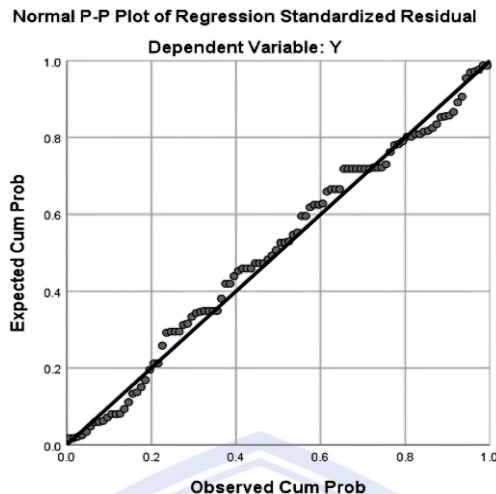
Nama Variable	Alpha Cronbach's	Keterangan
X₁	0.717	<i>Reliable</i>
X₂	0.714	<i>Reliable</i>
Y	0.712	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Semua pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena nilai cronbach's alpha based on standardized item pada setiap variabel > 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik P-P Plot
Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa titik-titik variabel berada di sekitar garis $Y=X$ atau menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

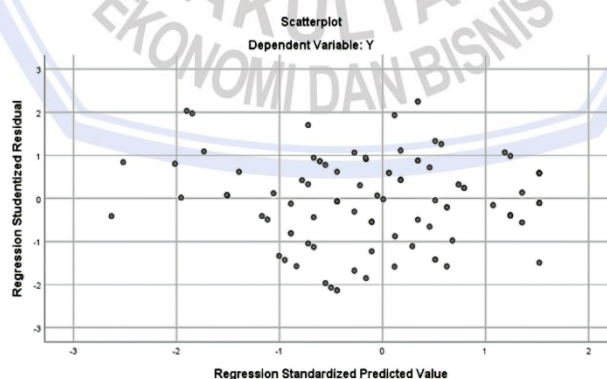
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,561	1,784	Bebas Multikolinearitas
Citra Merek (X_2)	0,561	1,784	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa semua nilai VIF < dari 10 dan nilai tolerance > 0,1. Ini menunjukkan bahwa keberadaan multikolinearitas pada persamaan yang dilakukan tidak terbukti, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji multikolinearitas terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik pada diagram tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar secara acak serta tersebar dengan baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,992	1,461		0,679	0,499
Kualitas Produk (X ₁)	0,346	0,083	0,327	4,185	0,000
Citra Merek (X ₂)	0,580	0,080	0,564	7,227	0,000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 4 maka bentuk persamaan regresi linear berganda dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 0,992 + 0,346X_1 + 0,580X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Konstanta dari persamaan regresi linear berganda pada tabel 4.4 adalah 0,992 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa jika kualitas produk dan citra merek nilainya adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen adalah sebesar 0,922.

1. Kualitas Produk (X₁), terhadap kepuasan konsumen (Y)/β₁ = 0,346

Variabel kualitas produk (X₁) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,346, ini berarti jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,346. Jika variabel kualitas produk mengalami penurunan maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan pula dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (X₂) = 0.

2. Citra merek (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y)/β₂ 0,580

Variabel citra merek (X₂) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,580, ini berarti jika variabel citra merek mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,580. Jika variabel citra merek mengalami penurunan maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan pula dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (X₁) = 0.

Uji Hipotesis**Tabel 5. Hasil Uji F**

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	422,050	2	211,025	97,968	0,000 ^b
	Residual	208,940	97	2,154		
	Total	630,990	99			

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₁), Citra Merek (X₂)

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 97,968 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dinyatakan kualitas produk (X₁) dan citra merek (X₂) secara bersama-sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Coefficient ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,992	1,461		0,679	0,499
Kualitas Produk (X ₁)	0,346	0,083	0,327	4,185	0,000
Citra Merek (X ₂)	0,580	0,080	0,564	7,227	0,000

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 6 hasil uji t menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) nilai t hitung > t tabel (4,185 > 1,984) dan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima, yang artinya, secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel Citra Merek (X2) nilai t hitung > t tabel (7,227 > 1,984) dan nilai signifikansi (0,000 < 0,005) dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima, yang artinya secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 7. Hasil Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin Watson
1	0,818 ^a	0,669	0,662	1,468	1,787

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₁), Citra Merek (X₂)

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan 2023

Tabel 7 menunjukkan perolehan nilai R square (R²) sebesar 0,669 = 66,9% maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuan konsumen sebesar 66,9% sedangkan sisanya sebesar 33,1% dipengaruhi oleh factor lain diluar variabel penelitian yang diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil pengkategorian berdasarkan hasil penelitian pada pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel kualitas produk pada pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara adalah baik. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends, hal ini diperoleh dari hasil statistik uji regresi dengan nilai t hitung sebesar 4,185 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,346; maka hipotesis H1 dalam penelitian ini terbukti yaitu "Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulaesi Utara". Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Menurut Umar (2015:65), Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya, seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kunaifi (2015) yang menemukan kesimpulan secara parsial bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, berbanding dengan penelitian dari Prasetyal, Yulius (2018) yang menemukan kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konusmen.

Pengaruh Ctra Merek (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil pengkategorian berdasarkan hasil penelitian pada pengguna aplikas game online Mobile Legends di Sulawesi Utara diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel citra merek pada pnegguna aplikai game online Mobile Legends di Sulawei Utara adalah baik. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara, hal ini diperoleh dari hasil statistik uji regresi dengan nilai t hitung sebesar 7,227 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,580; maka hipotesis H2 dalam penelitian ini terbukti yaitu "Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikai game online Mobile Legends di Sulawesi Utara".Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen. Menurut Kotler san Ketler (2016:268) Citra merek menggambarkan sifat ekstrik produk atau jasa, termasuk cara dimana merek berusaha memenuhi kebutuhan atau psikologis atau sosial pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lasender (2013) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berbanding dengan pnelitian Ghalih Galang Tangguh W (2018) yang menemukan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek(X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil pengkategorian berdasarkan hasil penelitian pada pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara adalah baik. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa kepuasan kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi game online Mobile Legends di Sulawesi Utara, hal ini diperoleh berdasarkan hasil R Square sebesar 0,669 atau bisa disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang memiliki pengaruh sebesar 66,9% dan sisanya 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fatmaningrum, Susanto dan Fadhilah (2020) yang menemukan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Aplikasi Game Online Mobile Legends di Sulawesi Utara. Terdapat kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2) secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. Kualitas Produk pada game online Mobile Legends berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Citra Merek pada game online Mobile Legends berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan diatas mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Aplikasi Game Online Mobile Legends di Sulawesi Utara, peneliti memberikan saran sebagai bahan masukan dan pertimbangan:

Bagi Perusahaan

1. Perusahaan Moonton lebih meningkatkan kualitas produk dan memperbaiki segala kekurangan kualitas dengan memperhatikan masukan dari konsumen serta terus mempertahankan hal-hal yang menjadi keunggulan dalam bidang kualitas produk agar supaya konsumen semakin merasa puas dengan layanan yang diberikan dari pihak Mobile Legends
2. Perusahaan Moonton sebaiknya terus mempertahankan konsistensi citra merek dari Mobile Legends, dikarenakan Mobile Legends sudah di kenal oleh publik terlebih khusus di Indonesia sudah sangat melekat oleh para gamer yang secara data didominasi oleh Pelajar dan Mahasiswa.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan pengkajian untuk penelitian dengan konsep yang sama dan juga sebagai bahan pengetahuan dan pengembangan pembelajaran khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Tampanatu, Lumanauw, Tumbuan (2014). Analisis Gaya Hidup, Kualitas Prdoduk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Department Store Mega Trade Center Manado. *Jurnal EMBA* Vol 2, No 3 (2014) <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5662>
- Mentang, Ogi, Samadi (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA* Vol. No. 4 (2021) <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36503/33950>
- Sambara, Tawas, Samadi (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA* Vol.9 No.4 Oktober (2021) <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36149/33654>
- Kunaifi (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Eiger.

- Kurniawati, Suharyono, Kusumawati (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kiwi Malang) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 14 No. 2 (2014) <https://www.neliti.com/publications/84352/pengaruh-citra-merek-dan-kualitas-produk-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-pelangg>
- Pangalila, Worang, Wenas (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi pada Pengguna Layanan Go-Ride di Kota Manado). *Jurnal EMBA* Vol 6. No 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21062>
- Fitriani (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membentuk Loyalitas. http://repository.usd.ac.id/35521/2/152214099_full.pdf
- Lasander (2013). Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA* Vol 1. No 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2024>
- Tombakan, Kawet, Uhing (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus Bni Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA* Vol 3. No 3 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9493>
- Manoppo, Tumbuan (2014). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Excite Oriflame. *Jurnal EMBA* Vol 2. No 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4484>
- Lenzun, Massie, Adare (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA* Vol 2. No 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5802>
- Fatmaningrum, Susanto, Fadhilah (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Prasetya, Yulius (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1399>
- Delima, Ashary, Usman (2019) Influence Of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, And Promotion To Consumer Satisfaction Affecting On Consumer Loyalty https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3308707
- Dewi, Surjanti, Iriani (2018) Product Quality and Advertisement Effects on Purchasing Decision Considering to Brand Image. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icss-18/25904056>
- Tangguh W, Pangestuti, Nuralam (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride. Vol. 61 No. 2. *Jurnal Administrasi Bisnis* <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2579>