

Dampak kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Gemilang Sinar Jaya

Ade Onny Siagian^{1✉}, Hadion Wijoyo²

¹ Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

² STMIK Dharmapala Riau

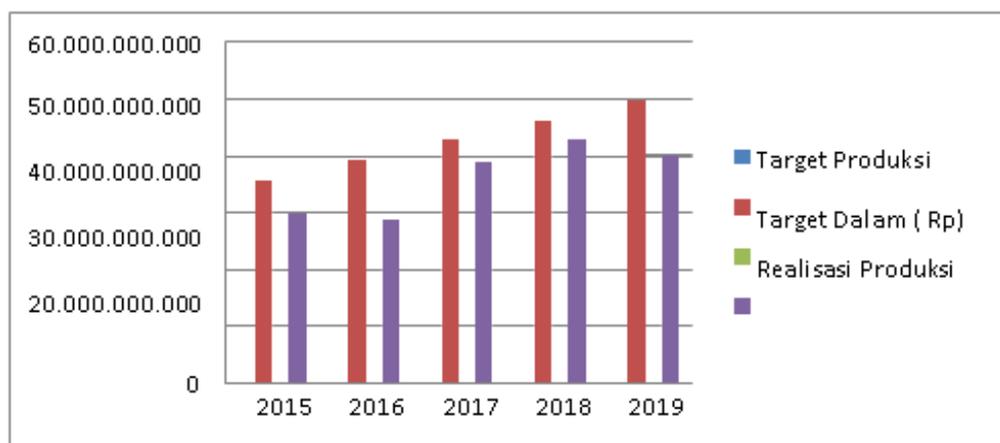
Article info	Abstract
Received [18 March 2021] Revised [16 April 2021] Accepted [15 May 2021]	<p>This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction PT. Gemilang Sinar Jaya. This study uses a descriptive associative method with a quantitative approach. The population is consumers who made purchases in 2019 as many as 638 consumers and samples taken as many as 86 people. Calculation using SPSS. The results showed that product quality and service quality had a positive effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 15.009 + 0.294X_1 + 0.422X_2$. The contribution of product quality, service quality, and customer satisfaction simultaneously is 44.8%, the calculated F value is greater than F table or $(39.285 > 2,700)$, with a significance of $0,000 < 0,05$. There is a simultaneous positive and significant influence between product quality and service quality to customer satisfaction.</p> <p>Keywords: service quality; product quality; customer satisfaction</p>
Corresponding author: Ade Onny Siagian ade.aoy@bsi.ac.id	<p>A b s t r a k</p> <p>Tujuan Riset ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Gemilang Sinar Jaya. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah konsumen yang melakukan pembelian selama tahun 2019 sebanyak 638 konsumen dan sampel diambil sebanyak 86 orang. Perhitungan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 15,009 + 0,294X_1 + 0,422X_2$. Kontribusi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan adalah sebesar 44,8%, nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau $(39,285 > 2,700)$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen</p> <p>Kata kunci: kualitas pelayanan; kualitas produk; kepuasan pelanggan</p>

Pendahuluan

PT. Gemilang Sinar Jaya menyadari dan berusaha untuk memberikan nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan bahkan memberikan lebih dari apa yang pelanggan harapkan (Saleh & Siagian, 2020). Adapun kriteria konsumen atau pelanggan berbeda beda karakter Apabila kepuasan pelanggan menurun akan mengakibatkan jumlah pendapatan juga menurun. Berikut ini data penjualan PT. Gemilang Sinar Jaya Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2019 yang dapat dilihat pada tabel yang tertera dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Penjualan dan Tingkat Pencapaian Target PT. Gemilang Sinar Jaya

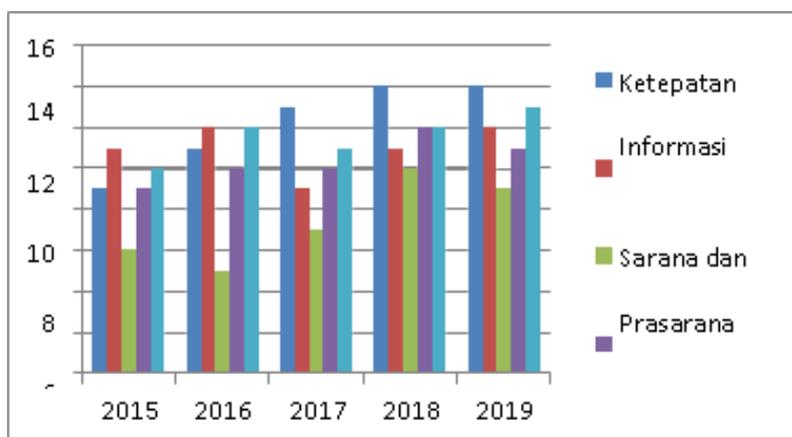
Tahun	Target	Realisasi	%	keterangan
	dalam (Rp)	dalam (Rp)		
2015	35.625.000.000	30.014.076.750	84%	tidak melampaui target
2016	39.187.500.000	28.924.835.250	74%	tidak melampaui target
2017	42.750.000.000	39.025.648.500	91%	tidak melampaui target
2018	46.312.500.000	42.927.384.000	93%	tidak melampaui target
2019	49.875.000.000	40.134.170.250	80%	tidak melampaui target



Grafik 1. Data Jumlah penjualan

Tabel 2. Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2015 – 2019

Tahun	Jenis Keluhan/ <i>Complaint</i>				
	Ketepatan Informasi	Berat Tabung	Sarana dan Prasarana	Segel Rusak	Tabung Bocor
2015	9	11	6	9	10
2016	11	12	5	10	12
2017	13	9	7	10	11
2018	14	11	10	12	12
2019	14	12	9	11	13



Grafik 2. Data Keluhan Pelanggan

Tabel 3. Jumlah Pelanggan Tahun 2015-2019

No.	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2015	121
2	2016	116
3	2017	138
4	2018	126
5	2019	137
Total		638

Sumber: Data jumlah keluhan pelanggan pada PT. Gemilang Sinar Jaya 2019

Dari data tabel 3 diatas memperlihatkan bahwa jumlah pelanggan mengalami kenaikan yang fluktuatif setiap tahunnya (Febriana & Setyanto, 2019). Di tahun 2015 jumlah pelanggan yang dimiliki adalah 121 di Tahun 2016 mengalami penurunan yaitu 116 di Tahun 2017 mengalami kenaikan yaitu 138 di Tahun 2018 mengalami penurunan kembali yaitu 126 jumlah pelanggan dan di Tahun 2019 mengalami kenaikan kembali yaitu 137 pelanggan. Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah di atas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut: Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan cara parsial di PT. Gemilang Sinar Jaya, dan Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial di PT. Gemilang Sinar Jaya serta Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan di PT. Gemilang Sinar Jaya.

Kualitas Produk

Menurut (Institute of Leadership & Manageme, 2020) dan (Kotler & Amstrong, 2010) berpendapat "Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktukegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kulaitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal" yaitu Kualitas internal produk adalah kualitas dari produk jadi yang dinilai sebelum pengiriman dan dikaitkan dengan kualitas proses yang melekat pada produk tersebut secara langsung (Rovila 2010). Hal ini dapat dilihat melalui adanya penurunan kegagalan internal kualitas yang terdiri dari, seperti tingkat barang sisa (scrap rate), tingkat pengerjaan kembali (rework rate), tingkat cacat (defect rate) dan perbaikan tingkat reliabilitas produk sebelum pengiriman, namun jika Kualitas eksternal digunakan sebagai proksi untuk kepuasan pelanggan karena semakin rendah kegagalan eksternal, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan atas kualitas produk dalam syarat dari nilai bersih mereka yang disebut dengan kinerja terhadap biaya (Rovila 2010) sehingga pelanggan akan memilih produk dengan harga lebih rendah untuk produk dengan tingkat kinerja yang sama atau pelanggan akan mengeluarkan sejumlah uang tertentu untuk memilih produk yang menawarkan kinerja maksimum.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler & Amstrong, 2012) mendefinisikan "Kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan,yaitu perbandingan terhadap excellence (keterandalan) dan sales counter yang dilakukan oleh konsumen". Menurut (Indra & Siagian, 2021) mengemukakan bahwa "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan".

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Rafiah, 2019) berpendapat "Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa- biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila unjuk kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat"

Metode penelitian

Perusahaan yang menjadi tempat penelitian ini adalah PT. Gemilang Sinar Jaya dengan alamat Jl. Plumpang Semper No. 24, Tugu Utara, Koja, Jakarta Utara. Waktu Penelitian ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan yang dimulai dari bulan Februari s.d. April 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah

semua perusahaan yang menjadi pelanggan PT. Gemilang Sinar Jaya pada tahun 2019 yang berjumlah 638 pelanggan. Sampel menggunakan rumus Slovin (Hidayat, 2017) sebanyak 86. Pengujian statistik dilakukan dengan beberapa uji antara lain: (a) Uji Validitas Data, (b) Uji Reliabilitas Data, (c) Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi), (d) Uji Regresi Linear Berganda, (e) Uji Korelasi, (f) Uji Determinasi, (g) Uji Hipotesis t, (h) Uji Hipotesis f.

Hasil dan diskusi

Tabel 4. Pengujian Validitas Instrumen Pertanyaan Kualitas Produk

Pernyataan	r Hitung	Nilai r tabel	Keputusan
1. Produk memiliki kualitas baik	0.582	0.210	Valid
2. Produk dapat bersaing	0.572	0.210	Valid
3. Didukung mesin yang modern	0.640	0.210	Valid
4. Produk dapat bertahan lama	0.566	0.210	Valid
5. Kesesuaian berat tabung	0.359	0.210	Valid
6. Kesesuaian dengan standartpertamina	0.668	0.210	Valid
7. Sesuai dengan kebutuhan	0.702	0.210	Valid
8. Tarif sesuai dengan manfaat	0.646	0.210	Valid
9. Tabung memiliki berat timbangansesuai	0.732	0.210	Valid
10. Tabung dilengkapi seal cap	0.676	0.210	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Tabel 5. Pengujian Validitas Instrumen Pertanyaan Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r hitung	Nilai r tabel	Keputusan
1. Penampilan karyawan sopan	0.254	0.210	Valid
2. Area pabrik dan kantor bersih	0.497	0.210	Valid
3. Pelayanan petugas selalu baik	0.383	0.210	Valid
4. Ketepatan informasi	0.495	0.210	Valid
5. Kecepatan merespon	0.457	0.210	Valid
6. Ketanggapan pelayanan	0.481	0.210	Valid
7. Pelayanan tepat waktu	0.679	0.210	Valid
8. Jaminan Produk sesuai	0.623	0.210	Valid
9. Perhatian kepada pelanggan	0.478	0.210	Valid
10. Jaminan produk sesuai ukuran	0.314	0.210	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Tabel 6. Pengujian Validitas Instrumen Pertanyaan Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	r hitung	Nilai r tabel	Keputusan
1. Memberikan rasa nyaman	0.615	0.210	Valid
2. Dapat memenuhi keinginan	0.645	0.210	Valid
3. Dapat memenuhi kebutuhan	0.408	0.210	Valid
4. Ketepatan pengadaan barang	0.562	0.210	Valid
5. Produk susah tergantikan	0.612	0.210	Valid
6. Tidak berniat membeli dari yang lain	0.747	0.210	Valid
7. Merekomendasikan ke orang lain	0.392	0.210	Valid
8. Senang melakukan kerja sama	0.612	0.210	Valid
9. Memberikan kritik dan saran	0.457	0.210	Valid
10. Mendorong melakukan inovasi produk	0.653	0.210	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

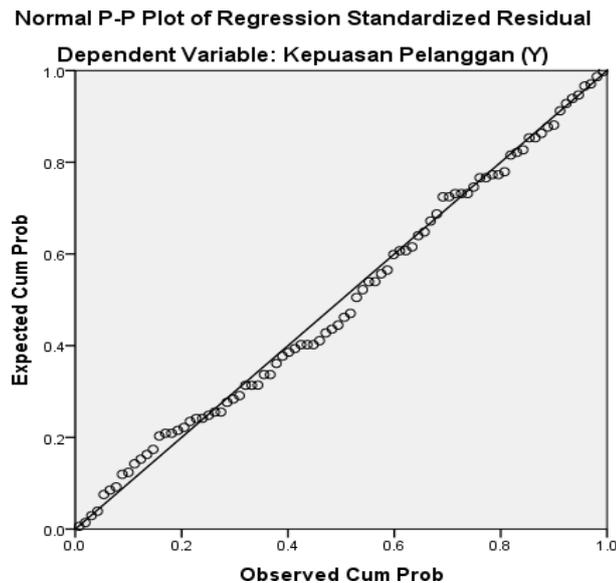
Dari data tabel di atas, variabel Kepuasan pelanggan diperoleh nilai r hitung lebih besar dari 0,210 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$), semua item pernyataan dinyatakan valid, kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Independen dan VariabelDependen

Variabel	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Produk	0.815	0.210	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.496	0.210	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.763	0.210	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan variabel kualitas produk kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung lebih besar dari 0,210 atau ($r_{hitung} > r_{tabel}$).



Gambar 1. P-P Plot Uji Normalitas – Diagram Penyebaran Titik Residual
Sumber: Data Primer, tahun 2019 diolah

Tabel 8. Hasil Pengujian Multikolinieritas dengan Collinearity Statistic KepuasanPelanggan sebagai Variabel Dependen

Variabel	Nilai Tolerance	Ketetapan	NilaiVIF	Ketetapan	Kriteria
Kualitas Produk	0.960	< 1	1.041	< 10	Tidak ada multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0.960	< 1	1.041	< 10	Tidak ada multikolinieritas

Sumber: Data Primer, tahun 2019 yang telah diolah dengan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel pengujian multikolinieritas di atas diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel bebas memiliki nilai toleransi < 1 dan nilai VIF < 10, dengan demikian model regresi ini tidak ada multikolinieritas.

Tabel 9. Pedoman Interpretasi Uji Durbin-Watson

Kriteria	Keterangan
< 1	Ada autokorelasi
1,1 – 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 – 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,46 – 2,9	Tanpa kesimpulan
> 2,9	Ada autokorelasi

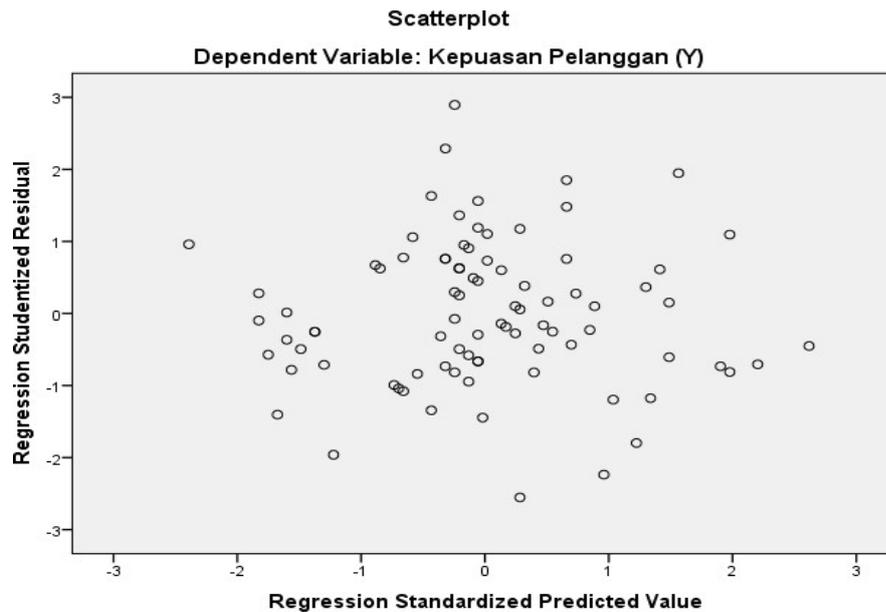
Sumber: Sugiyono (2014:184)

Tabel 10. Uji Durbin-Watson
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Keterangan
1	.758 ^a	.575	.564	2.719	1.923	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data Primer, tahun 2019, diolah

Nilai Durbin-Watson sebesar 1.923 yang berada diantara 1.550 – 2.460.



Gambar 2. Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Primer, tahun 2019, diolah dengan SPSS Versi 22

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11. Hasil uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.606	3.625		2.098	.039
1 Kualitas Produk	.588	.062	.691	9.465	.000
Kualitas Pelayanan	.236	.085	.202	2.768	.007

Sumber: Data Primer tahun 2019, (diolah)

Hasil Pengolahan Regresi linier berganda variabel Kualitas Produk berfungsi untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependent. Persamaan umumnya adalah: $Y = 7.606 + 0.588X_1 + 0.236X_2$

Pengaruh Secara Parsial

Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, digunakan analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Adapun persentase tingkat hubungan secara parsial tersebut hasil analisisnya sebagai berikut:

Tabel 12. Pengaruh secara Parsial Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.535	.530	2.825

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk
Sumber: Data Primer tahun 2019, diolah.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,535 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 53,5% sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh faktor lain (Indra & Siagian, 2021).

Tabel 13. Pengaruh secara Parsial Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.116	.105	3.897

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
Sumber: Data Primer tahun 2019, diolah.

Nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,116 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 11,6% sedangkan sisanya 88,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi (Secara Simultan)

Tabel 14. Hasil pengolahan data Korelasi dan Koefisien determinasi variabel Kualitas produk dan Kualitas pelayanan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.564	2.719

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
Sumber: Data Primer tahun 2019, diolah dengan SPSS Versi 22.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R Korelasi sebesar 0,758 yang berarti hubungan antar variabel bebas dan terikat kuat. *R-square* (koefisien determinasi) sebesar 0,575 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT. Gemilang Sinar Jaya sebesar 57,5% sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Hipotesis t

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 15. Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.281	2.426	.732	6.299	.000
1 Kualitas Produk	.622	.063		9.840	.000

Sumber: Data Primer tahun 2019, diolah dengan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.840 > 1.989$), hal itu juga dibuktikan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gemilang Sinar Jaya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 16. Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23.859	4.576	.340	5.214	.000
Kualitas Pelayanan	.396	.120		3.315	.001

Sumber: Data Primer tahun 2019, diolah dengan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.315 > 1.989$), hal itu juga dibuktikan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gemilang Sinar Jaya.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 17. Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	829.265	2	414.633	56.083	.000 ^b
Residual	613.630	83	7.393		
Total	1442.895	85			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Data Primer tahun 2019, (diolah)

Dari tabel di atas, diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau ($56,083 > 3,110$), hal tersebut juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Gemilang Sinar Jaya.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sebagai berikut: bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, selain itu juga terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Daftar pustaka

- Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prologia*, 3(1), 39–46. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6138>
- Hidayat, A. (2017). *Cara Perhitungan Rumus Slovin Besar Sampel Minimal*. <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>
- Indra, N., & Siagian, A. O. (2021). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN KEPUASAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP PELANGGAN GO-JEK PADA MASA PANDEMI COVID – 19. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Institute of Leadership & Management. (2020). Product quality. In *Marketing for Managers*.

- <https://doi.org/10.4324/9780080914947-10>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pengertian kualitas produk*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). pengaruh lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *HIFADH*.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*.
- Saleh, R., & Siagian, A. O. (2020). Sponsorship dalam Menciptakan Sikap Merek. *Jurnal Bisnis Terapan*.
<https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2404>
- Wijoyo, H. (2020). Analisis Pengendalian Internal Dalam Pemberian Kredit Pada PT Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Indomitra Mandiri. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 1(4), 157-162.
- Wijoyo, H., & Marpaung, S. L. (2020). The Influence of Quality Information and Reputation Of TIX ID Application Toward the Interest of Purchase Tickets Online in XXI Cinema Ciputra Seraya Mall Pekanbaru City. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 8(2), 9-21.
- Wijoyo, H. (2020). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENGGAJIAN DAN ABSENS KARYAWAN MEGARA HOTEL PEKANBARU BERBASIS WEB. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 2(2), 56-76.
- Wijoyo, H. DETERMINANT OF CUSTOMER VALUE AND ITS IMPLICATION ON CUSTOMER SATISFACTION PRIVATE HOSPITAL IN RIAU PROVINCE.
- Wijoyo, H. Perancangan Sistem Informasi Administrasi pada Quality Fresh Laundry Pekanbaru. *JS (Jurnal Sekolah)*, 4(1), 27-32.