

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SOONLEE METALINDO  
PERKASA**

**Siswanto, Heryenzus**  
**Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam**  
**(Naskah diterima: 1 Juni 2020, disetujui: 28 Juli 2020)**

**Abstract**

*This research purpose is to determine how much information the service quality and product quality on customer satisfaction. The samples in this study were 115 respondents and the technique used was Non-probabilities until the Accidental Side approach. The data in this study used a survey method through a questionnaire completed by consumers. Data obtained using multiple regression analysis. This analysis analyzes the validity test, the reliability test, the regression analysis analysis, the hypothesis testing through the T test and F test, and the analysis of the coefficient of determination (R2). Service quality variability has a greater impact on customer satisfaction that is equal to 2,951 and product quality variability has an effect of 3,423. Hypothesis testing using the t test shows that the independent variables studied are service quality and product quality proven to have a positive and significant impact on the dependent variable of customer satisfaction. Then the resilience of the analysis using the F test can be seen that service quality and product quality together have a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R2) shows that the contribution of product quality and service quality affects consumer satisfaction 34.7%. While the remaining 65.3% is infused by other variables not included in this regression mode.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Product Quality, Service Quality

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar informasi kualitas layanan dan kualitas produk pada kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah 115 responden dan teknik yang digunakan adalah Non-probabilitas sampai pendekatan Sisi Kebetulan. Data dalam penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Data diperoleh dengan menggunakan analisis regresi multiple. Analisis ini menganalisis uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi, pengujian hipotesis melalui uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Variabilitas kualitas layanan memiliki dampak yang lebih besar pada kepuasan pelanggan yaitu sebesar 2,951 dan variabilitas kualitas produk memiliki efek 3,423. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti adalah kualitas layanan dan kualitas produk terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Kemudian ketahanan analisis menggunakan uji F dapat dilihat bahwa kualitas layanan dan kualitas produk bersama-sama

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen 34,7%. Sedangkan 65,3% sisanya diinfuskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam mode regresi ini.

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, Quality Produk, Quality Layanan

## I. PENDAHULUAN

Perusahaan yang memasarkan produknya harus memperhatikan beberapa hal yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk yang di pasarkan tersebut. Pelayanan dan kualitas produk dari suatu perusahaan kepada konsumen sangat berpengaruh pada penjualan. Apabila pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan bagus, maka penjualan dari perusahaan juga akan meningkat, sebaliknya jika pelayanan dan kualitas produk yang di berikan oleh perusahaan buruk, maka penjualan perusahaan tersebut akan menurun. Perusahaan harus memperhatikan pelayanan dan kualitas produknya karena juga memengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen yang puas terhadap pelayanan dan kualitas produk yang baik, pelanggan tersebut akan menjadi loyal terhadap perusahaan.

Pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap pelanggan dan calon pelanggannya agar suatu transaksi terjadi atau produknya berhasil di pasarkan, maka suatu perusahaan harus meningkatkan kualitas

pelayanannya terhadap para pelanggannya. Jika konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang baik dari suatu perusahaan maka akan memberikan kepercayaannya terhadap perusahaan tersebut.

Pelayanan yang baik dapat tercapai apabila keinginan dan kebutuhan dari pelanggan dapat di penuhi oleh perusahaan maka pelanggan akan memberikan *feedback* yang dapat membantu penjualan perusahaan.

Menurut (Familiar, 2015: 349) kualitas pelayanan dapat terwujud apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi serta akurasi dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelanggan akan semakin percaya dan setia terhadap perusahaan apabila bukan hanya kualitas pelayanannya yang bagus tetapi juga kualitas produk suatu perusahaannya juga memuaskan.

Kepuasan yang di inginkan oleh pelanggan dapat tercapai apabila kualitas pelayanan dan produk yang diterima oleh pelanggan tersebut sangat baik. Menurut (Bilgies, 2016: 79) Dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan strategi penetapan harga

yang mampu berkompetitif, tentunya juga akan berpengaruh pada kepercayaan pelanggan.

Pelanggan yang merasa puas atas pelayanan dan kualitas produk yang baik dapat memberikan dampak yang positif pada perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan dampak seperti meningkatnya angka penjualan dalam memasarkan produk tersebut, perusahaan juga akan mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap produknya, sehingga perusahaan dapat semakin berkembang.

PT. SoonIee Metalindo Perkasa merupakan perusahaan yang memiliki visi untuk menjadi perusahaan berskala nasional, yang memberikan sumbangsih dalam bidang konstruksi dengan menyediakan beton berkualitas. Perusahaan tersebut juga memiliki misi untuk menjadi mitra bagi pelanggan yang dapat diandalkan dalam pembangunan proyek, menjadikan kemajuan teknologi sebagai sarana pembangunan usaha, dan mengutamakan kualitas produk dan ketepatan waktu sebagai tujuan akhir dalam penyelesaian proyek.

Tidak sedikit perusahaan kontraktor yang ada di Batam, banyak juga karyawan yang bekerja di bidang tersebut. Pekerjaan kontraktor juga membutuhkan produk besi bangunan dalam pekerjaan kontruksinya seperti besi

hollow, dan sebagainya. Sering terjadi lambat pengantaran produk ke pelanggan yang diakibatkan oleh banyaknya orderan yang harus di antar sehingga menurunnya kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggan.

Kualitas produk juga harus dijaga karena besi merupakan material yang rentan akan karat yang di sebabkan oleh cuaca yang tidak stabil, sehingga kualitas suatu produk juga menurun. Kualitas produk yang tidak bagus akan berpengaruh pada saat di pasang dalam pekerjaan proyek karena proyek yang dibangun dengan kualitas produk yang kurang bagus akan menyebabkan hasil yang tidak tahan lama.

Pelanggan sangat di prioritaskan karena banyak pekerjaan proyek yang bergantung pada waktu kerja yang diberikan oleh owner atau perusahaan maincon kepada perusahaan kontraktor. Dan juga pelanggan adalah sumber pemasukan bagi perusahaan yang memproduksi bahan material bangunan untuk kepentingan pekerjaan pelanggan. Kesalahan dalam memperhatikan produk yang dipesan oleh pelanggan juga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan karena jika adanya kesalahan dalam muatan produk untuk di antarkan kepada pelanggan, maka perusahaan harus kembali ke gudang untuk mengganti

barang yang di antar sehingga pelanggan menjadi lambat dalam melakukan pekerjaan konstruksinya.

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa.

## **II. KAJIAN TEORI**

### Kualitas produk

Kualitas produk dapat diartikan suatu aspek produk yang berpengaruh terhadap keinginan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk tersebut.

Menurut (Heryenzus, 2017: 71) kualitas (*quality*) adalah keseIuruhan fitur dan karakteristik dari sebuah *product* atau jasa yang bergantung terhadap kemampuannya untuk memenuhi suatu keperluan. Ini merupakan penjelasan yang berpusat pada pelanggan.

Menurut (Aryanti, 2019: 133) Kepuasan adalah perasaan kebahagiaan atau frustrasi pelanggan sebagai hasil dariperbandingan antara tingkat kerja yang dihasilkan dari produk (hasil atau hasil) yang terkait dengan keinginannya.

Menurut (Putri, 2017: 5) dimensi-dimensi dalam kualitas produk dibagi menjadi sembilan, yaitu :

1. Bentuk (*Form*).
  2. Fitur (*Feature*).
  3. Kualitas performa (*Performances quality*).
  4. Kesan kualitas (*Perceived quality*).
  5. Durabilities.
  6. Keandalan (*Reliability*).
  7. Repairability.
  8. Desain (*Design*).
  9. Merupakan syarat agar suatu nilai dari sebuah produk memungkinkan untuk bisa memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai harapan.
- Kualitas pelayanan
- Menurut (Diza, Moniharpon, 2016: 111) pelayanan adalah tingkah laku atau aktivitas yang dapat di berikan oleh perusahaan kepada pelanggan, yang bukan dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun.

Menurut (Manus, n.d,2015: 696) Kualitas layanan adalah faktor yang sangat penting dalam menciptakan nilai kepuasan konsumen, dengan kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa nyaman dan cenderung untuk tetap menggunakan/membeli produk yang di pasarkan.

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan tersebut maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu faktor yang dapat memengaruhi keinginan / kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut (Panjaitan, 2016: 270) dimensi kualitas pelayanan dibagi menjadi lima, yaitu:

1. Keandalan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*).
3. Jaminan.
4. Perhatian.
5. Bukti Fisik

Menurut (Ardane & Unud, 2017: 18) terdapat sepuluh faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Tepat waktu dalam melayani
2. Reliabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan-kesalahan kepada pelanggan.
3. Kesopanan dan keramahtamahan.
4. Bertanggung jawab.
5. Kelengkapan.
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan.
7. Berbagai bentuk pelayanan.
8. Pelayanan Pribadi.
9. Kenyamanan.
10. Pendukung lainnya adalah lingkungan yang baik, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas music, AC dan sebagainya.

#### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari apa yang dirasakan, dan diharapkan oleh pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

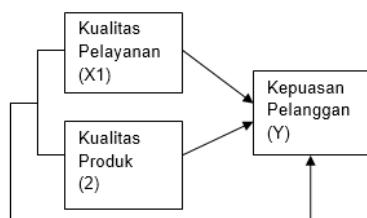
Menurut (Putri, 2017: 6) kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap diferensiasi harapan dan hasil yang dirasakan setelah pemakaian produk atau jasa.

Menurut (Aryanti, 2019: 133) Kepuasan adalah perasaan kebahagiaan atau frustrasi seseorang sebagai hasil perbandingan antara tingkat kerja yang dirasakan dari produk (hasil atau hasil) yang terkait dengan keinginannya.

Menurut (Nugroho & Romadhan, 2018: 188) indikator kepuasan pelanggan dibagi menjadi empat, yaitu :

1. Tercapainya keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. Kepuasan dalam menggunakan produk.
3. Kepuasan pelanggan terhadap *Servicescape* (lingkungan fisik).
4. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan.

### Kerangka Pemikiran



**Gambar 1** Kerangka Penelitian

(Sumber: Penelitian, 2020)

### Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah :

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SoonIee Metalindo Perkasa.

H2: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SoonIee Metalindo Perkasa.

H3: Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SoonIee Metalindo Perkasa.

## III. METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif menurut (Sujarweni, 2015: 39) penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang melibatkan *numerical* atau nomor yang

didapatkan dari metode *statisic* yang dilakukan dalam penelitian.

Dalam penelitian menggunakan jenis penelitian *survey*, yaitu jumlah *customer* PT SoonIee Metalindo Perkasa dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data.

### Populasi dan Sampel

Menurut (Sujarweni, 2015: 80) populasi merupakan seluruh data yang terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditekuti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah jumlah *supplier* yang membeli produk besi bangunan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa sebanyak 115 pelanggan.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode pengambilan data ini ada beberapa hal yang berhubungan untuk dijelaskan meliputi: jenis data, metoda pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebelum di *tools* SPSS. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data sekunder yaitu studi pustaka dengan demikian dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuisioner.

Metod analisis data adalah menjelaskan teknik analisis apa yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujinya. Peneliti harus memilih metode *statistic* yang relevan agar menganalisis data yang telah dikumpulkan dapat memperoleh simpulan yang masuk akal.

#### **IV. HASIL PENELITIAN**

##### **Analisis Pengujian Validitas Instrumen**

Uji validitas ini bertujuan untuk menguji valid atau tidaknya sebuah kuisioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Cara pengukurannya adalah apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dengan  $df = n-2$  atau  $149-2 = 147$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka  $r$  tabelnya adalah 0,1609 , jika item kuesioner tersebut bisa dikatakan valid.

Berikut akan disajikan hasil validitas variabel kualitas pelayanan dapat dilihat dari tabel berikut :

<b>Tabel 1</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk			
Pernyataan	Pearson Correlation	$r$ tabel $\alpha = 5\%$	Keterangan
	$r$ hitung		
X2.1	0,658	0,1832	Valid
X2.2	0,668	0,1832	Valid

X2.3	0,687	0,1832	Valid
X2.4	0,680	0,1832	Valid
X2.5	0,717	0,1832	Valid
X2.6	0,658	0,1832	Valid
X2.7	0,627	0,1832	Valid
X2.8	0,645	0,1832	Valid
X2.9	0,688	0,1832	Valid
X2.10	0,751	0,1832	Valid

(Sumber :Hasil Pengolahan SPSS 21, 2020)

Dari hasil tabel hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dapat dilihat setiap item pernyataan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,1832) dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan masing-masing item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Berikut akan disajikan hasil validitas variabel kualitas produk dapat dilihat dari tabel berikut :

<b>Tabel 2</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan			
Pernyataan	Pearson Correlation	$r$ tabel $\alpha = 5\%$	Keterangan
	$r$ hitung		
X1.1	0,656	0,1832	Valid
X1.2	0,685	0,1832	Valid
X1.3	0,733	0,1832	Valid
X1.4	0,691	0,1832	Valid
X1.5	0,759	0,1832	Valid
X1.6	0,759	0,1832	Valid

(Sumber :Hasil pengolahan SPSS 21, 2020)

Dari hasil tabel, hasil uji validitas variabel kualitas produk dapat dilihat setiap item pernyataan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel

(0,1832) dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan masing-masing item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Berikut akan disajikan hasil validitas variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 3** Hasil Uji Validitas Variabel

#### Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Pearson Correlation	r elia $\alpha = 5\%$	Keterangan
	r hitung		
Y1	0,659	0,1832	Valid
Y2	0,683	0,1832	Valid
Y3	0,767	0,1832	Valid
Y4	0,728	0,1832	Valid
Y5	0,777	0,1832	Valid
Y6	0,650	0,1832	Valid
Y7	0,646	0,1832	Valid
Y8	0,740	0,1832	Valid

**(Sumber:** Hasil pengolahan SPSS 21, 2020)

Dari hasil elia 4.11 hasil uji validitas eliable kepuasan pelanggan dapat dilihat setiap item pernyataan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  elia (0,1609) dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan masing-masing item pernyataan tersebut dikatakan valid.

#### Analisis Pengujian Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk menguji atau memastikan apakah kuesioner tersebut eliable atau tidak, dikatakan eliable apabila nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ .

**Tabel 4** Hasil Uji Reliabilitas

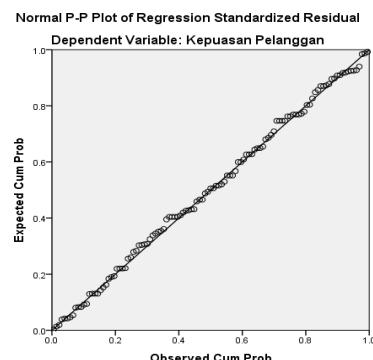
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Ket
Kualitas Produk (X1)	0,869	10	Reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	0,808	6	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,857	8	Reliable

**(Sumber:** Hasil pengolahan SPSS 21, 2020)

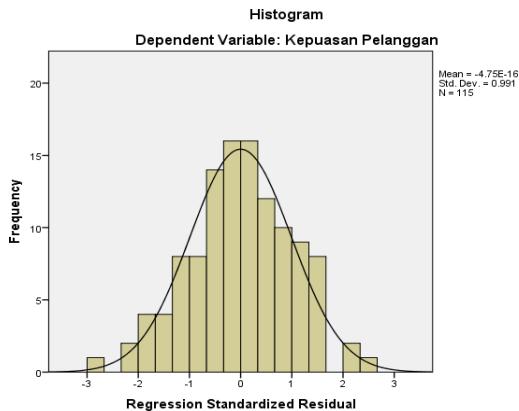
Dari tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,06 atau berada di interval 0,80 – 1,000 maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dinyatakan reliable.

#### Analisis Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data ini untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini dilakukan peneliti menggunakan 3 uji yaitu uji histogram, uji *normal P-P Plot*, dan uji *Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas dengan menggunakan uji histogram dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**(Sumber:** Hasil pengolahan SPSS 21, 2020)



(Sumber: Hasil pengeJohan SPSS 21, 2020)

Dari gambar grafik histogram dan normal p plot diatas dapat disimpulkan bahwa grafik histogram menunjukkan pola berbentuk lonceng yang artinya data berdistribusi normal dan pada grafik normal p plot dapat disimpulkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitaran garis diagonal serta mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data sampel dari setiap masing-masing variabel berdistribusi normal.

Uji normalitas menggunakan grafik terkadang hasilnya kurang akurat, maka uji normalitas ini dilengkapi dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut disajikan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

**Tabel 5** Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89523614
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.036
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.473
Asymp. Sig. (2-tailed)		.979

(Sumber :Hasil Pengolahan SPSS 21, 2020)

Dari tabel diatas peneliti menyimpulkan bahwa data masing-masing variabel berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. lebih besar dari alpha atau  $0,683 > 0,05$ .

#### Analisis Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini di uji untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear dengan variabel independen dalam model regresi. Syarat hasil dari uji multikolinearitas jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$ , maka model regresi tersebut tidak terjadi masalah multikolinearitas. Berikut disajikan tabel hasil uji multikolinearitas sebagai berikut :

**Tabel 6** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Toolerance	VIF
1	(Constant)	11.304	2.345		4.821	.000	
	Kualitas Produk	.378	.110	.347	3.423	.001	.567 1.764
	Kualitas Pelayanan	.209	.071	.299	2.951	.004	.567 1.764

(Sumber: Hasil pengolahan SPSS 21, 2020)

Berdasarkan dari output SPSS pada tabel 4.15 dapat diketahui bahwa variabel fasilitas memiliki nilai VIF  $2,642 < 10$  dan besarnya nilai tolerance  $0,378 > 0,10$ . Sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 atau  $2,642 < 10$  dan besarnya nilai tolerance  $0,378 > 0,10$ . Dari hasil yang diketahui dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

#### Analisis Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada diferensiasi terhadap varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak memenuhi ketentuan, maka model regresi dinyatakan tidak valid. Penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan syarat nilai Sig. lebih besar dari 0,05, maka tidak ada gejala heteroskedastisitas. Berikut disajikan tabel hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Tabel 7** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	3.525	1.395		2.526	.013
	Kualitas Produk	.066	.066	.124	1.002	.318
	Kualitas Pelayanan	-.070	.042	-.205	-1.656	.100

(Sumber :Hasil pengolahan SPSS 21, 2020)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sig.  $0,573 > 0,05$ . Sedangkan untuk variabel kualitas produk memiliki nilai sig.  $0,340 > 0,05$ . dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Dari hasil yang diketahui dapat disim-

pulkan bahwa variabel independen tidak ada gejala heteroskedastisitas.

#### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini terdapat penelitian bahwa variabel bebas, yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pe-

**YAYASAN AKRAB PEKANBARU****Jurnal AKRAB JUARA**

Volume 5 Nomor 3 Edisi Agustus 2020 (249-261)

Ianggan, dengan menggunakan uji regresi linera berganda, maka hasil pengolahan data ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 8** Hasil Analisa Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,304	2,345		4,821	,000
	Kualitas Produk	,378	,110	,347	3,423	,001
	Kualitas Pelayanan	,209	,071	,299	2,951	,004

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 21, 2020)

**Analisis Koefisien Determinan (R2)**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengetahui besaran proporsi atau persentase keragaman variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari 1 variabel X) secara bersama-sama. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). dapat dilihat pada tabel hasil uji koefisien determinasi berikut ini :

**Tabel 9** Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 <sup>a</sup>	,347	,335	2,921

(Sumber :Hasil Pengolahan SPSS 21, 2020)

**Pengujian Signifikansi Secara Parsial(Uji t)**

Uji t bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Dengan besar Sig. 0,05 dengan df =  $n - k$  yaitu  $149 - 2 = 147$  maka r tabel yang didapat sebesar 1,97323.

**Tabel 10** Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,304	2,345		4,821	,000
	Kualitas Produk	,378	,110	,347	3,423	,001
	Kualitas Pelayanan	,209	,071	,299	2,951	,004

(Sumber :Hasil Pengolahan SPSS 21, 2020)

**Pengujian Signifikansi Secara Simultan (Uji F)**

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikatnya.

Dengan taraf signifikansi 0,05 dengan  $df_1 = n - k - 1 = 115 - 3 - 1 = 111$ , maka nilai F tabelnya adalah 3,0780574.

–  $k - 1 = 115 - 3 - 1 = 111$ , maka f tabelnya

<b>Tabel 11</b> Hasil Uji F					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	507.572	2	253.786	29.745
	Residual	955.593	112	8.532	
	Total	1463.165	114		

(Sumber :Hasil Pengolahan SPSS 21, 2020)

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

#### Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji t untuk variabel kualitas produk memiliki angka Sig. 0,001 dan nilai t hitung sebesar  $3,423 > 1,98118$ . Dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa” diterima.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji t untuk variabel kualitas pelayanan memiliki angka Sig. sebesar  $0,004 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $2,951 > 1,98118$ . Dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa” diterima.

### Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji f maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa nilai Sig. dibawah 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung lebih besar dari f tabel atau  $29,745 > 3,0780574$ . Artinya hipotesis penelitian yang menyatakan “kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa” diterima.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa. Hal ini terbukti bahwa naik atau turunnya kepuasan pelanggan ditentukan oleh variabel-variabel tersebut, serta penelitian ini menunjukkan hipotesis yang menjelaskan bahwa:

1. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pa-

**YAYASAN AKRAB PEKANBARU**

**Jurnal AKRAB JUARA**

Volume 5 Nomor 3 Edisi Agustus 2020 (249-261)

- da PT SoonIee Metalindo Perkasa.
2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT SoonIee Metalindo Perkasa.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Ardane, N., & Unud, F. P. 2017. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PEMERASAN PADA SCOOT FAST CRUISES DI BAI NI Made Sofia Wijaya, 5(1), 18–23.
- Bilgies, A. 2016. Peran kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Billagio skincare clinic sidoarjo, 1(1), 78–90.
- Diza, Moniharpon, I. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado), 4(1), 109–119.
- Familiar, M. I. 2015. Management Analysis Journal, 4(4), 348–354.
- Heryenzus. 2017. Pengaruh Price Dan Product Quality Terhadap Consumer Purchase Decision Pada Pt Semen Holcim Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(1), 231595.
- Nugroho, M., & Romadhan, S. 2018. Model Peningkatan Loyalitas Pelanggan dengan Pengujian terhadap Servicescape, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, (2), 181–192.
- Putri, A. A. 2017. PENGARUH KUALITAS PEMERASAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. RAHMAN WISATA MANDIRI JAKARTA, 5(2).
- Sujarwani, v W. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. In v W. Sujarwani (Ed.), *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed., p. 249). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.