

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT BATAM AUTO TEKNIKARYA**

SKRIPSI



Oleh
MICHAEL
180910167

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT BATAM AUTO TEKNIKARYA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
MICHAEL
180910167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Michael
NPM/NIP : 180910167
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BATAM AUTO TEKNIKARYA

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 18 Januari 2022



Michael

180910167

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT BATAM AUTO TEKNIKARYA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Michael
180910167**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 18 Januari 2022



Winda Evyanto, S.S., M.MPd.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Pada Kota Batam sedang mengalami peningkatan pada perekonomian industri logam. Pemerintah memberikan perhatian pada perusahaan yang bergerak bidang logam, karena industri logam bisa memberikan kontribusi pada perekonomian nasional. Industri logam cukup bersaing sehingga perlu adanya standar SNI untuk memastikan produk yang diproduksi memiliki kualitas yang baik dan terpercaya. Pada kota Batam terdapat perusahaan yang bernama PT Batam Auto Teknikarya yang bergerak dibidang fabrikasi logam seperti bahan yang berasal dari fabrikasi dapat berupa plat carboon, steinless, aluminium, pipa, dan jenis logam lainnya. Pada PT Batam Auto Teknikarya, konsumen yang ada pada perusahaan mengalami penurunan yang cukup besar dan terjadi setiap bulannya sejak awal tahun 2021. Hal tersebut memberikan gambaran dan tanda-tanda bagi perusahaan di mana adanya masalah dalam perusahaan sehingga konsumen merasa tidak puas dan tidak melakukan transaksi kembali. Kepuasan konsumen menurun dikarenakan berbagai faktor seperti kualitas produk yang kurang sesuai harapan dan kualitas pelayanan yang kurang komunikatif. Konsumen tidak melakukan transaksi kembali mengakibatkan penjualan pada perusahaan juga mengalami penurunan. Populasi yang diambil oleh peneliti adalah seluruh konsumen yang ada pada PT Batam Auto Teknikarya berjumlah 137 konsumen dan teknik sampel penelitian ini yakni sampel jenuh. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Batam City is experiencing an increase in the metal industry economy. The government pays attention to companies operating in the metal sector, because the metal industry can contribute to the national economy. The metal industry is quite competitive, so there is a need for SNI standards to ensure that the products produced are of good and reliable quality. In the city of Batam there is a company called PT Batam Auto Teknikarya which is engaged in metal fabrication such as materials derived from fabrication such as carbon plate, stainless, aluminum, pipe, and other types of metal. At PT Batam Auto Teknikarya, consumers in the company experienced a fairly large decline and occurred every month since the beginning of 2021. This provides an overview and signs for the company where there are problems within the company so that consumers feel dissatisfied and do not make transactions return. Consumer satisfaction decreased due to various factors such as product quality that did not match expectations and service quality that was less communicative. Consumers do not make transactions again resulting in sales to the company also decreased. The population taken by the researcher is all consumers at PT Batam Auto Teknikarya totaling 137 consumers and the sample technique of this research is the saturated sample. Based on the test results, it is stated that simultaneously product quality and service quality have a positive and significant influence on consumer satisfaction.

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

KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
6. Seluruh konsumen PT Batam Auto Teknikarya yang telah sangat banyak membantu dalam pengisian kuesioner.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik Nya, Amin.

Batam, 18 Januari 2022



Michael
180910167



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 Kualitas Produk	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.1.1.2 Tingkatan Kualitas Produk	11
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	16
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	18
2.1.3 Kepuasan konsumen	19
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan konsumen	19
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen	21
2.1.3.3 Indikator Kepuasan konsumen	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Berpikir	29
2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.3.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	30
2.3.3 Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Sifat Penelitian	32
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3.1 Lokasi Penelitian	33
3.3.2 Periode Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel	34
3.5 Sumber Data	34
3.5.1 Data Primer	34

3.5.2	Data Sekunder	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7	Operasional Variabel	35
3.7.1	Variabel Independen	35
3.6.2	Variabel Dependen	38
3.7	Metode Analisis Data	40
3.7.1	Analisis Deskriptif	40
3.7.2	Uji Kualitas Data	40
3.7.2.1	Uji Validitas	40
3.7.2.2	Uji Reliabilitas	41
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	41
3.7.3.1	Uji Normalitas	41
3.7.3.2	Uji Multikolinieritas	42
3.7.3.3	Uji Heterokedastisitas	42
3.7.4	Uji Pengaruh	43
3.7.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	43
3.7.4.2	Uji Determinasi (R^2)	43
3.8	Uji Hipotesis	44
3.8.1	Uji t (Regresi Parsial)	44
3.8.2	Uji F (Uji Simultan)	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Profil Responden	46
4.1.1.1	Profil Responden berdasar Jenis Kelamin	46
4.1.1.2	Profil Responden berdasar Usia	47
4.1.1.3	Profil Responden berdasar Pekerjaan	47
4.1.2	Analisis Deskriptif	48
4.1.2.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X_1)	48
4.1.2.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X_2)	49
4.1.2.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y)	50
4.1.3	Hasil Uji Validitas	51
4.1.4	Hasil Uji Realibilitas Data	54
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.1.5.1	Hasil Uji Normalitas	54
4.1.5.2	Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	56
4.1.5.3	Hasil Uji Multikolinearitas	56
4.1.5.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.1.6	Hasil Uji Pengaruh	58
4.1.6.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.1.6.2	Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.1.7	Uji Hipotesis	60
4.1.7.1	Uji t	60
4.1.7.2	Hasil Uji F	61
4.2	Pembahasan	61
4.3	Implikasi Hasil Penelitian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Histogram	55
Gambar 4.2 P-P Plot	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Pada PT Batam Auto Teknikarya.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Komplain PT Batam Auto Teknikarya	4
Tabel 1.3 Jumlah Konsumen Pada PT Batam Auto Teknikarya	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	40
Tabel 4.1 Profil Responden berdasar jenis kelamin	46
Tabel 4.2 Profil Responden berdasar Usia	47
Tabel 4.3 Profil Responden berdasar Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Tabel Rentang Skala.....	48
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Kualitas Produk (X_1).....	48
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Kualitas Pelayanan (X_2).....	49
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y).....	50
Tabel 4.8 Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	51
Tabel 4.9 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2).....	52
Tabel 4.10 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Regresi.....	58
Tabel 4.16 Hasil R^2	59

Tabel 4.17 Hasil Uji t	60
Tabel 4.18 Hasil Uji F	61

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Uji Validitas	41
Rumus 3.2 Uji Regresi Linear Berganda	43



Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peluang usaha pada pasar persaingan semakin kecil, sehingga perlu adanya suatu strategi pemasaran yang baik untuk bertahan hidup dipasar persaingan. Dalam pasar persaingan, kita perlu mengetahui apa kebutuhan konsumen, apa keinginannya dan apa tuntutannya sehingga bisa membuat konsumen merasa puas telah melakukan transaksi pada perusahaan. Dalam memenuhi kebutuhan dan kemauankonsumen ditentukan oleh adanya tingkat kepuasan konsumen. Dengan adanya kepuasan konsumen yang maksimal maka perusahaan dapat bertahan hidup dipasar persaingan.

Aksi yang bisa membuat perusahaan memiliki dampak positif yaitu melihat peluang bisnis yang sesuai dengan kondisi yang ada dan dapat membawa pengaruh pada konsumen yang bersifat komsumtif. Dengan adanya sifat komsumtif tersebut maka akan memiliki variasi dari perilaku konsumen yang ada pada Indonesia. Pertumbuhan ekonomi pada dunia bisnis dari hari ke hari semakin berkembang sehingga setiap perusahaan harus mempunyai suatu strategi dan ide kreatif untuk memenuhi dan mengimbangi dunia bisnis yang ada. Pada perusahaan yang ingin memiliki kemajuan perlu memberikan perhatian dan pertimbangkan kembali hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Masalah terbesar dalam sebuah perusahaan adalah cara perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan perlu memahami apa keinginan konsumen, kemudian memaksimalkannya (Mulayana & Nurmalasari, 2017:1).

Pada Kota Batam sedang mengalami peningkatan pada perekonomian industri logam. Pemerintah memberikan perhatian pada perusahaan yang bergerak bidang logam, karena industri logam bisa memberikan kontribusi pada perekonomian nasional. Industri logam cukup bersaing sehingga perlu adanya standar SNI untuk memastikan produk yang diproduksi memiliki kualitas yang baik dan terpercaya. Pada kota Batam terdapat perusahaan yang bernama PT Batam Auto Teknikarya yang bergerak dibidang fabrikasi logam seperti memproduksi logam-logaman yang terdiri dari pengerjaan logam berupa pemotongan logam, membentuk logam, merancang logam, melakukan sambung logam, merakit kembali, dan lainnya. Bahan yang berasal dari fabrikasi dapat berupa plat carboon, stainless, aluminium, pipa, dan jenis logam lainnya.

Produk yang diproduksi perlu memperhatikan kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan yang ada pada suatu produk untuk memberikan suatu gambaran, apa saja fungsi yang dimiliki baik itu berupa daya tahan, jaminan, kemudahan, asuransi dan ketepatan waktu yang dijanjikan (Arifki & Nurtjahjani, 2018). Pada tabel di bawah dapat dilihat jumlah penjualan dan konsumen yang ada pada PT Batam Auto Teknikarya.

Tabel 1.1Jumlah Penjualan Pada PT Batam Auto Teknikarya

Bulan	Jumlah Penjualan/Unit
Juli 2020	1510
Agustus 2020	1518
September 2020	1530
Oktober 2020	1633
November 2020	1698
Desember 2020	1705
Januari 2021	1699

Febuari 2021	1687
Maret 2021	1653
April 2021	1490
Mei 2021	1368
Juni 2021	1215
Rata-rata	1559

Sumber: PT Batam Auto Teknikarya

Tabel di atas mendapatkan penjelasan di mana penjualan mengalami penurunan sejak Januari 2021 dan terus berlanjut hingga Juni 2021. Kualitas produk pada suatu perusahaan dapat dinilai dari kinerja dan daya tahan produk tersebut. Pada PT Batam Auto Teknikarya sering mendapatkan keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk yang dibeli. Masalah yang sering terjadi kurangnya daya tahan pada produk yang di jual sehingga meragukan konsumen atas kualitas produk yang ada pada perusahaan, kurangnya kesesuaian pada produk apabila dilakukan perbandingan pada spesifikasi yang dijanjikan serta kurangnya kualitas produk dalam segi bahan sehingga memberikan kesan buruk pada kualitas produk. Hal tersebut membawa efek samping pada perusahaan karena jumlah penjualan yang terus mengalami penurunan sehingga perusahaan berpotensi kerugian apabila tidak dilakukan penindakan atas masalah yang ada.

Keluhan konsumen tidak diselesaikan dan terjadi secara terus menerus dapat mengakibatkan kepuasan konsumen mengalami penurunan. Hal yang bersangkutan dengan penanganan masalah konsumen akan di jatuhkan pada kualitas pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan dikenal sebagai suatu pengukuran yang diberikan konsumen terhadap pihak yang memberikan jasa layanan dengan adanya pengukuran ini konsumen akan menilai apakah pelayanan yang diberikan dapat memberikan rasa kepuasan yang diterima atau rasa kecewa atas kurang pelayanan

tersebut (Aswad et al., 2018). Pada tabel dibawah dapat dilihat jumlah komplain yang dilakukan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.

Tabel 1.2Jumlah Komplain PT Batam Auto Teknikarya

Bulan	Jumlah Konsumen	Komplain	Persentasi
Juli 2020	133	5	4%
Agustus 2020	142	3	2%
September 2020	145	4	3%
Oktober 2020	148	3	2%
November 2020	157	3	2%
Desember 2020	161	2	1%
Januari 2021	142	5	4%
Febuari 2021	139	7	5%
Maret 2021	133	8	6%
April 2021	124	7	6%
Mei 2021	119	12	10%
Juni 2021	101	8	8%

Sumber: PT Batam Auto Teknikarya

Tabel diatas dapat dilihat persentase komplain yang ada mengalami peningkatan. Pada bulan Mei 2021 mengalami persentasi tertinggi dibandingkan bulan sebelumnya, persentasi yang dimiliki mencapai hasil 10% apabila dibandingkan dengan jumlah konsumen yang dimiliki pada bulan tersebut. Pada bulan-bulan lainnya mengalami jumlah komplain yang cukup besar. Pada perusahaan terkadang pelayanan yang diberikan kurang maksimal di mana perusahaan sering mengalami kesalahan dalam mendeskripsikan dan menanggapi kemauan konsumen. Hal tersebut bisa di lihat dari keluhan konsumen mengenai kurangnya pelayanan kepada konsumen berupa *customer service* yang kurang mampu menanggapi masalah yang dihadapi konsumen sehingga mengakibatkan adanya konflik antara perusahaan dan konsumen dan kurangnya komunikasi atas

waktu pengantaran barang dan penagihan tagihan sehingga mengakibatkan beberapa konsumen kurang nyaman atas tindakan yang dijalankan.

Menurut (Aswad et al., 2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang dirasakan tiap individu, dimana dilakukan perbandingan atas ekspektasi produk yang diinginkan dan produk yang benar diterima, di masa perbandingan tersebut akan menghasilkan suatu perasaan baik itu senang ataupun kecewa.

Tabel 1.3Jumlah Konsumen Pada PT Batam Auto Teknikarya

Bulan	Jumlah Konsumen
Juli 2020	133
Agustus 2020	142
September 2020	145
Oktober 2020	148
November 2020	157
Desember 2020	161
Januari 2021	142
Febuari 2021	139
Maret 2021	133
April 2021	124
Mei 2021	119
Juni 2021	101
Rata-rata	137

Sumber: PT Batam Auto Teknikarya

Pada PT Batam Auto Teknikarya, konsumen yang ada pada perusahaan mengalami penurunan yang cukup besar dan terjadi setiap bulannya sejak awal tahun 2021. Hal tersebut memberikan gambaran dan tanda-tanda bagi perusahaan di mana adanya masalah dalam perusahaan sehingga konsumen merasa tidak puas dan tidak melakukan transaksi kembali. Kepuasan konsumen menurun dikarenakan berbagai faktor seperti kualitas produk yang kurang sesuai harapan dan kualitas

pelayanan yang kurang komunikatif. Konsumen tidak melakukan transaksi kembali mengakibatkan penjualan pada perusahaan juga mengalami penurunan yang dapat dilihat pada tabel di atas.

Latarbelakang yang telah dibahas membuat penulis memiliki ketertarikan untuk mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Batam Auto Teknikarya”** untuk diteliti lebih mendalam.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan yang ada pada latar belakang, dapat diidentifikasi menjadi beberapa masalah yaitu:

1. Kurangnya daya tahan pada produk yang di jual sehingga meragukan konsumen atas kualitas produk yang ada pada perusahaan.
2. Kurangnya kesesuaian pada produk apabila dilakukan perbandingan pada spesifikasi yang dijanjikan.
3. Kurangnya kualitas produk dalam segi bahan sehingga memberikan kesan buruk pada kualitas produk.
4. Kurangnya pelayanan kepada konsumen berupa customer service yang kurang mampu menangani masalah yang dihadapi konsumen sehingga mengakibatkan adanya konflik antara perusahaan dan konsumen.
5. Kurangnya komunikasi atas waktu pengantaran barang dan penagihan tagihan sehingga mengakibatkan beberapa konsumen kurang nyaman atas tindakan yang dijalankan.
6. Kepuasan konsumen yang menurun dari tahun 2020 hingga 2021.

1.3 Batasan Masalah

Suatu penelitian agar lebih tepat sasaran perlu dilakukan pembatasan masalah. Batasan masalah yang ada pada pengujian ini yaitu menggunakan variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan kualitas pelayanan. Variabel terikat yang terpilih dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah diperlukan setelah mengetahui latarbelakang, identifikasi dan batasan. Rumusannya dapat diketahui yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat dijabarkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian dijalankan memiliki tujuan dan tentunya memiliki manfaat yang ingin dicapai oleh penulis. Penelitian dijalankan dengan maksud agar dapat dijadikan sumber untuk orang-orang yang membutuhkannya ataupun untuk pihak yang ingin menambahkan pengetahuannya mengenai variabel yang diteliti. Manfaat penelitian biasanya dibedakan menjadi dua seperti:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang bersifat teoritis ini mengharapkan penelitian ini mampu memberikan bukti yang kuat bahwa terdapat pengaruh dan hubungan antar variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Penelitian ini memiliki kualitas produk dan pelayanan yang dijadikan sebagai variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan yaitu kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis yang ada pada penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Bagi PT Batam Auto Teknikarya

Pihak manajemen yang ada pada PT Batam Auto Teknikarya, dapat mempertimbang dalam pencarian solusi untuk mengatasi masalah yang ada. Dimana dapat berupa peningkatan dalam kualitas produk, peningkatan dalam pelayanan yang diberikan sehingga konsumen merasa puas sudah melakukan transaksi pada PT Batam Auto Teknikarya.

2. Bagi Akademi

Penelitian ini mamou memberikan informasi bagi mahasiswa yang ingin mendalami variabel terkait. Mahasiswa juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu refrensi buat yang melakukan penelitian sejalan dengan penelitian ini.



Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk dikenal sebagai sejenis usaha yang dijalankan perusahaan dengan hasil yang maksimal agar dapat melebihi semua keinginan konsumen dan harapannya. Hasil yang maksimal dapat berupa kualitas yang baik, kualitas disini misalnya kondisi produk, produk yang memiliki kualitas bagus dan konsisten akan memberikan pandangan yang baik pada konsumen(Hayani, 2021:88).

Kualitas produk ialah kinerja perusahaan yang dituntut oleh setiap pengguna produk baik barang dan jasa. Biasanya konsumen akan melakukan pengukuran pada kualitas produk yang digunakan dimulai dari kemasan produk, kualitas dasar, performa penggunaan, dan juga desain penampilan pada produk. Setiap pelanggan memiliki pandangan yang berbeda dan penilaian yang berbeda, disini ini perusahaan perlu memaksimalkan kualitasnya dalam segala segi yang ada. Produk tersebut dapat dikatakan memiliki kualitas yang bagus jika produk tersebut berhasil mencapai sebagian rata-rata perminatan konsumen(Khasan, Rochaety, & Akbari, 2021:4).

Berdasarkan teori (Satria, 2021:261) menyatakan bahwa kualitas produk dikenal sebafei seluruh karakter yang ada dalam produk yang mampu mempresentasikan dan memaparkan fungsi yang bagus sehingga dapat

memberikan kepuasan pada orang yang menggunakannya. Produk dikenal sebagai sebuah barang atau jasa yang dapat dilakukan penawaran ke pelanggan dengan maksud agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan juga harapan konsumen dapat tercapai dengan menggunakan produk yang ditawarkan. Kualitas produk menjadi acuan dasar rasa kepuasan dalam diri konsumen

Kualitas produk dikenal sebagai seluruh gabungan dari ciri khas yang ada dalam produk sehingga mampu menarik ketertarikan konsumen untuk menggunakannya dan tentu produk yang digunakan tersebut mampu memenuhi keinginan konsumen. Ciri khas yang dimiliki produk dapat diukur melalui keunggulan produk seperti daya tahan yang lebih kuat dan keuntungan lainnya (Simanjuntak & Purba, 2020).

Berdasarkan beberapa uraian yang ada di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan suatu standar atas produk yang dipasarkan, di mana produk tersebut sudah memiliki keunggulan tertentu yang diharapkan pelanggan sehingga dapat membangkitkan niat beli pelanggan dan mencapai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pada suatu perusahaan akan membawa pengaruh pada keberlangsungan hidup perusahaan.

2.1.1.2 Tingkatan Kualitas Produk

(Oktavianti, 2018:204) terdapat lima tingkatan dalam kualitas produk, yaitu:

1. Tingkatan yang diukur dari fungsi utama

Pada tingkatan ini, konsumen yang membeli dan melakukan penggunaan produk diukur dari manfaat dan fungsi dasar yang ditawarkan. Konsumen menginginkan keunggulan yang berasal dari produk dan tingkatan ini dikenal sebagai tingkat yang paling fundamental. Contohnya dapat berupa laundry yang membuka jasa cuci pakaian dan melakukan penyetricaan pada pakaian, aksi tersebut mampu meringankan konsumen yang terbebani mencuci pakaiannya.

2. Tingkatan yang diukur dari fungsi dasar tambahan

Penjual produk harus memiliki kemampuan melakukan perubahan pada tingkatan fungsi utama menjadi fungsi dasar tambahan. Pada tingkat ini memiliki maksud agar konsumen yang menggunakan produk dapat merasakan barang yang ditawarkan tersebut bukan sekedar memenuhi dan meringankan kebutuhan konsumen. Contohnya penjual yang melakukan penjualan barang yang dibutuhkan konsumen seperti dalam kasus mencuci baju akan memerlukan mesin cuci, sabun, setrika dan segala bahan yang dibutuhkan dalam cuci baju.

3. Tingkatan yang diukur dari harapan konsumen pada produk

Pada tingkatan ini konsumen memiliki harapan tertentu atas produk yang digunakan biasanya konsumen memiliki keinginan tersendiri yang kemudian perusahaan perlu mencapainya. Contohnya konsumen melakukan pembelian pada suatu toko, tentunya ingin dilayanin dengan baik dan sopan.

4. Tingkatan diukur dari keunggulan yang dimiliki

Pada tingkatan ini, penjual perlu memiliki kemampuan lebih dibandingkan dengan penjual lain yang menjual produk serta barang yang sama. Hal tersebut agar pembeli merasa memiliki manfaat lebih maksimal apabila menggunakan produk tersebut. Contohnya pada kasus laundry, penjual mungkin bisa menyediakan beberapa program yang beda dengan toko lain seperti cuci express dan lainnya sehingga konsumen merasa lebih banyak pilihan yang bisa dipilih.

5. Tingkatan produk yang diukur dari kemungkinan untuk digunakan dimasa yang akan datang.

Pada tingkat ini, konsumen memiliki harapan apabila produk yang digunakan dapat memberikan benefit lebih jika terus menggunakan produk tersebut. Contoh pada laundry, jika konsumen telah cuci sepuluh kali akan mendapat gratis cuci ataupun voucher tertentu.

2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator dari kualitas produk yang dipaparkan oleh (Mulayana & Nurmalasari, 2017:4) sebagai berikut:

- a. Performa, berupa kinerja yang ada pada produk dapat berupa karakteristik dalam suatu produk.
- b. Daya tahan produk, diukur melalui kemampuan dan seberapa lama produk yang dibeli bisa di gunakan.

- c. Sesuai dengan spesifikasi baik dari lisan atau tulisan, perusahaan perlu melakukan pemenuhan pada spesifikasi yang dijanjikan baik dalam bentuk lisan atau tulisan.
- d. Estetik pada produk, produk yang dijual perlu memiliki bentuk yang baik sehingga mampu menarik pandangan konsumen.
- e. Reliabilitas, produk yang dijual memiliki kehandalan yang dapat dipercaya sehingga sangat minim sekali untuk terjadi gagal dan rusak pada produk.
- f. Pelayanan yang maksimal, dimaksud sebagai kemudahan dalam melakukan reparasi produk apabila mengalami kendala dan keluhan tertentu.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berdasarkan teori dari (Kristiana, 2017:114) memiliki sebutan sebagai *service quality* yang memiliki tugas dalam melakukan pengukuran bagaimana bentuk pelayanan yang dikasih oleh pihak perusahaan dalam mencapaikan dan memenuhi harapan kosnuemen.Dengan adanya pengukuran tersebut dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan teori dari (Handoko, 2017:64) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu harapan konsumen pada pelayanan perusahaan yang dirasakan. Suatu perusahaan yang memiliki cara kerja dalam memperbaiki mutu

pelayanan dan juga melakukan peningkatan agar dapat memaksimalkan pencapaian yang diinginkan.

Kualitas dalam melayani konsumen dikenal sebagai salah satu dimensi yang dijalankan perusahaan dengan menyajikan produk dan jasa yang memenuhi kriteria perusahaan. Dimana segala aksi pelayanan berjalan sesuai dengan standar prosedur kerja yang ditentukan sehingga dapat mengetahui apa yang sebenarnya pelanggan inginkan sehingga pihak perusahaan mampu mencapai kepuasan konsumen (Arifki & Nurtjahjani, 2018:282).

Pengukuran yang dilakukan dengan memposisikan bagus atau tidaknya layanan yang diberikan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab mereka untuk mencapai kepuasan konsumen. Perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik menandakan perusahaan mampu memberikan dan memenuhi segala yang diinginkan pengguna barang dan jasa tersebut (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018:79).

Berdasarkan teori dari (Gery, 2018:95) berpandangan bahwa pelayanan suatu perusahaan dinilai dari tingkat baik atau buruk penyajian dari perusahaan untuk memberikan kepuasan konsumen dan mencapai serta memenuhi seluruh ekspektasi yang ada dalam diri konsumen dikenal sebagai kualitas pelayanan. Kualitas dalam melayani konsumen dikenal sebagai salah satu dimensi yang dijalankan perusahaan dengan menyajikan produk dan jasa yang memenuhi kriteria perusahaan.

Beberapa ahli berpandangan berbeda mengenai variable ini, di sini penulis menyimpulkan kualitas pelayanan ini merupakan penilaian yang ada dalam

perusahaan untuk mengukur layanan yang jatuh kedalam konsumen, apakah layanan yang diberikan mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Berdasarkan teori (Munawir, 2018:207) terdapat beberapadimensi pada kualitas pelayanan seperti:

1. **Buktif fisik**

Pada dimensi ini dikenal sebagai *tangible*, dengan maksud berupa pelayanan yang mampu untuk dilakukan penyentuhan, bisa di rasakan dengan mencium dan bisa diketahui dengan melihat. Pada dimensi ini terdapat pihak yang berkepentingan seperti pihak internal dan eksternal. Contoh yang dapat diberikan pada dimensi ini seperti berbagai jenis fasilitas yang diberikan konsumen. Fasilitas mampu dilihat, disentuh dan dirasakan oleh konsumen secara langsung.

2. **Kehandalan**

Pada dimensi ini kehandalan tau realibility dikenal sebagai suatu aksi yang dilakukan perusahaan dengan memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan waktu yang sedang berlaku. Dimensi tersebut tentunya berperan dalam memberikan kepuasan konsumen. Contoh kasus dimana dimensi ini tidak berjalan baik maka konsumen akan merasa kecewa atas pelayanan yang diberikannya tidak sesuai dengan apa yang perusahaan janjikan. Hal tersebut membuat konsumen merasa tidak handal untuk melakukan transaksi dalam perusahaan. Maka dari itu untuk menghindari adanya

masalah yang ada maka perusahaan perlu memberikan pelayanan yang handal.

3. Cara menangkap

Pada dimensi ini, perusahaan perlu memberikan respon yang efektif dimana aksi yang dapat dilakukan perusahaan dengan memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan permintaan konsumen. Dimensi tersebut tentunya berperan dalam memberikan kepuasan konsumen. Contoh kasus dimana dimensi ini tidak berjalan baik maka konsumen akan merasa kecewa atas pelayanan yang diberikannya dimana tidak mampu menyelesaikan masalah yang ada. Hal tersebut membuat konsumen merasa tidak handal untuk melakukan transaksi dalam perusahaan. Maka dari itu untuk menghindari adanya masalah yang ada maka perusahaan perlu memberikan respon yang efektif dalam menyelesaikan masalah yang ada.

4. Memberikan asuransi

Pada dimensi ini, pihak perusahaan perlu membangun suatu pandangan yaitu kepercayaan. Perusahaan perlu memberikan jaminan kepada konsumen, jaminan yang ada berupa perilaku karawan dalam memberikan keyakinan kepada konsumen untuk melakukan pembelian pada barang yang ditawarkan. Dimensi ini merupakan dimensi yang berperan sangat penting karena untuk menciptakan sebuah kepercayaan tidak akan mudah sehingga perlu memberikan layanan yang maksimal sehingga terciptanya loyalitas antar konsumen dan perusahaan. Terciptannya loyalitas tentu

akan membawa benefit yang banyak bagi perusahaan seperti konsumen memiliki pandangan yang baik dan orang awam akan melihat kinerja perusahaan memiliki standar yang baik.

5. Memberikan perhatian

Pada dimensi ini, perusahaan perlu memberikan perhatian mendalam yang biasanya disebut sebagai empati. Dimensi ini perusahaan memaksimalkan pelayanan dengan memberikan perhatian langsung dan menyediakan segala pelayanan yang mempermudah konsumen untuk mencari dan mengatasi masalah saat sedang mengalami keluhan. Perusahaan perlu mempertimbangkan lebih mendalam mengenai sensitivitas yang ada dan kebutuhan yang dibutuhkan konsumen agar dapat memaksimalkan penyesuaian kebutuhan konsumen.

2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono & Chandra 2016: 169) kualitas pelayanan memiliki 5 indikator dalam pengukurannya. Indikator yang ada dapat berupa:

1. Aspek Fisik

Pelayanan yang mampu untuk dilakukan penyentuhan, bisa di rasakan dengan mencium dan bisa diketahui dengan melihat. Contoh yang dapat diberikan pada dimensi ini seperti berbagai jenis fasilitas yang diberikan konsumen..

2. Reliabilitas

Pelayanan yang mampu untuk dilakukan membuat konsumen merasa handal dan akurat saat menggunakan produk yang ditawarkan, sehingga

konsumen akan terciptakan kepercayaan atas kehandalan pada produk yang ditawarkan.

3. Interaksi Personal

Rasa peduli perusahaan terhadap konsumen, perusahaan memaksimalkan pelayanan dengan memberikan perhatian langsung dan menyediakan segala pelayanan yang mempermudah konsumen untuk mencari dan mengatasi masalah saat sedang mengalami keluhan.

4. Pemecahan Masalah

perusahaan dengan memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan permintaan konsumen. Perusahaan harus mampu menyelesaikan masalah yang terjadi pada perusahaan dengan sesuai dengan masalah yang ada.

5. Kebijakan Pelayanan

Pihak perusahaan perlu membangun suatu pandangan yaitu kepercayaan. Perusahaan perlu memberikan jaminan kepada konsumen, jaminan yang ada berupa perilaku karawan dalam memberikan keyakinan kepada konsumen untuk melakukan pembelian pada barang yang ditawarkan.

2.1.3 Kepuasan konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan konsumen

(Gery, 2018:95) menyatakan bahwa perasaan dalam diri konsumen baik berupa kecewa ataupun senang saat menggunakan produk dari perusahaan yang dipercayai dikenal sebagai kepuasan konsumen. Perasaan tersebut dinilai oleh konsumen secara langsung saat menggunakan produk yang ditawarkan, apabila ekpektasi konsumen terlealisasikan maka konsumen tentunya puas atas produk

yang digunakan sebaliknya jika konsumen merasa kurang puas berarti produk yang digunakan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan.

(Aswad *et al.*, 2018:79) juga berpandangan bahwa kepuasan konsumen dikenal sebagai suatu perasaan yang ada dalam diri konsumen saat menggunakan produk yang dibeli, konsumen akan melakukan perbandingan atas kinerja perusahaan dengan perusahaan lain yang telah menawarkan produk sejenis. Perusahaan akan dinyatakan sukses apabila perusahaan mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

Menurut (Amir, 2018:520) menyatakan bahwa konsumen akan memiliki harapan pada produk yang telah dibeli baik berupa barang dan jasa yang kemudian tercipta perasaan puas dan tidak puas dikenal sebagai kepuasan konsumen. Konsumen yang memiliki ekspektasi mengenai produk yang digunakan merupakan petanda baik karena konsumen masih memiliki niat untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut.

(Kotler & Keller, 2016:153) menyatakan konsumen akan memiliki rasa gembira dan kecewa saat konsumen menggunakan jasa dan barang yang telah dibelinya, perasaan tersebut dikenal sebagai kepuasan konsumen. Konsumen yang menggunakan produk yang ditawarkan tersebut tentu memiliki harapan atas produk atau jasa yang digunakan sehingga terciptanya perasaan puas jika sesuai dan perasaan tidak puas apabila tidak sesuai.

Kepuasan konsumen adalah rasa yang dipaparkan konsumen saat melakukan penggunaan pada produk yang dibeli, biasanya konsumen akan puas jika produk sudah memenuhi kriterianya ataupun konsumen merasa kecewa jika jauh dari

harapan mereka. Konsumen memiliki harapan dimana ingin mendapatkan segala sesuatu yang dibeli semaksimal mungkin sehingga perusahaan perlu memaksimalkannya (Handoko, 2017: 72).

Pengertian dari para ahli yang telah dipaparkan ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen disimpulkan sebagai suatu ulasan yang berasal dari konsumen saat konsumen menggunakan produk baik berupa barang atau jasa yang telah digunakan dan di lakukan pengukuran atas hasil ulasan penggunaan yang diberikan konsumen. Konsumen akan puas jika sesuai dengan apa yang diinginkan dan perasaan tidak puas apabila tidak sesuai.

2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen

(Amir, 2018:521) mnyatakan kepuasan konsumen suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

1. Kualitas produk yaitu Produk yang ditawarkan, konsumen akan memiliki ekspektasi dan kriteria atas suatu produk yang dibeli. Konsumen akan puas jika sesuai dengan apa yang diinginkan dan perasaan tidak puas apabila tidak sesuai sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas dalam produk yang ditawarkan baik dari segi mutu, jenis dan lainnya
2. *Serviceability*, Konsumen tentunya akan merasa puas apabila pelayanan perusahaan kepada dirinya memiliki standar yang baik dan memenuhi keinginan konsumen. Pada faktor ini perusahaan perlu melakukan pelatihan pada karyawan perusahaan untuk memaksimalkan pelayanan dengan ramah, sopan dan lainnya.

3. Emosional konsumen saat menggunakan produk yang dibeli, merasa puas pada produk yang digunakan tentu akan melakukan rekomendasi produk tersebut ke teman, saudara dan kerabat konsumen karena konsumen merasa bangga sudah menggunakan produk yang bagus.
4. Persepsi terhadap kualitas, dikenal sebagai salah satu rasa puas, senang, lega yang terjadi pada diri konsumen, perasaan tersebut terjadi karena telah melakukan penggunaan pada produk (barang dan jasa) yang ditawarkan perusahaan atau produk (barang dan jasa) yang telah konsumen beli karena kesan kualitas yang bagus. Semakin bagus kualitas produk tentu tingkat kepuasan akan meningkat.

Tidak mengeluarkan biaya lain yang tidak seharusnya, salah satu rasa puas, senang, lega yang terjadi pada diri konsumen, perasaan tersebut terjadi karena telah melakukan penggunaan pada produk (barang dan jasa) yang ditawarkan perusahaan dengan maksimal tanpa perlu menghabiskan waktu untuk melakukan reparasi atau sejenisnya.

2.1.3.3 Indikator Kepuasan konsumen

(Aswad *et al.*, 2018:80) indikator kepuasan konsumen penelitian yang dijadikan referensi dari variabel yang digunakan:

1. Kinerja yaitu pengukuran kinerja yang dapat dilakukan dengan diukur melalui tingkat kesesuaian pada harapan konsumen. Kinerja perusahaan yang dituntut oleh setiap pengguna produk baik barang dan jasa
2. Harga yaitu harga yang ditawarkan perusahaan menjadi salah satu faktor dalam mengapai kepuasan konsumen. Konsumen tentunya ingin membeli

suatu produk dengan harga yang murah tetapi kualitas yang bagus. Terkadang ada beberapa konsumen yang melakukan perbandingan dengan pesaing lain atas harga jual yang ditawarkan. Maka dari itu perusahaan perlu memaksimalkan produk yang dijual memiliki harga ekonomi dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

3. Harapan yaitu konsumen memiliki harapan tertentu atas produk yang digunakan biasanya konsumen memiliki keinginan tersendiri yang kemudian perusahaan perlu mencapainya. Pada indikator ini konsumen yang merasa puas pada produk yang digunakan tentu akan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut karena konsumen selalu ingin memiliki merasakan kepuasan dalam dirinya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu panduan dalam menemukan suatu ide dalam mengangkat judul yang akan di teliti dan juga dapat merupakan suatu perbandingan pada penelitian yang sedang diteliti dan penelitian yang sudah pernah di teliti. Penelitian terdahulu yang ada memiliki kemiripan dimana rata-rata penelitian yang dijalankan memiliki maksud dan tujuan yang sama dan perbedaan dari penelitian yang telah dijalankan bersama penelitian yang dijalankan dapat berupa populasi, sampel, teknik pengolahan, tambahan variabel, lokasi dan objek penelitian. Ada pun penelitian terdahulu yang ada pada penelitian ini seperti berikut:

Terdapat penelitian yang dikaji oleh (Albari, 2019) dengan judul *Impact of Service Quality, Product Quality and Price on Customer Satisfaction and loyalty*. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dijalankan oleh (Isfahila et al., 2018) dengan judul pengaruh harga, desain, serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial harga, desain dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Meftahudin, 2018) menjalankan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kantin Unsiq Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsiq). Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada PT . Genius Alva Makassar dikaji oleh (Amir, 2018). Analisis linear sederhana dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

(Munawir, 2018) menjalankan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Foto Copy Awy Comp di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Analisis linear sederhana dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Satria, 2021) menajalan penelitian dengan judul pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pdam Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung Kota Sungai Penuh. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Putri & Trisnowati, 2021) mengkaji penelitian dengan judul analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Khasan et al., 2021) mengkaji penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian gulai tikungan Blok M. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang

digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Maulidah et al., 2019) mengkaji penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Aswad et al., 2018) menjalankan penelitian dengan judul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center. Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil menyatakan bahwa secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Satria, 2021)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pdam Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung Kota Sungai Penuh	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

				terhadap kepuasan konsumen.
2.	(Putri & Trisnowati, 2021)	Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Sfa Steak & Resto Karanganyar	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3.	(Hayani, 2021)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kaizar Lahat pengusaha untuk membuka usahanya di Kabupaten Lahat	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4.	(Khasan et al., 2021)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Gulai Tikungan Blok M	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5.	(Jaya et al., 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan,	Analisis linear berganda dijadikan sebagai	Hasil menyatakan secara parsial kualitas pelayanan

		Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kafe Family Kopi di Malang)	jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	dan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel kualitas produk dan harga dinyatakan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6.	(Mulyana & Nurmalasari, 2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk 1001 beras pada PD Ega Rasa Garut	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Hasil menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7.	(Maulidah et al., 2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Hasil menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8.	(Aswad et al., 2018)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Hasil menyatakan bahwa secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

9.	(Prianggoro & Sitio, 2020)	<i>Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Decisions and Their Implications on Customer Satisfaction</i>	Metode penelitian deskriptif mempunyai tujuan untuk membuat deskripsi, gambar, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, ciri dan hubungan antara fenomena yang diselidiki.	Hasil menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
10.	(Sirait et al., 2020)	<i>Effect of Product Quality and Service Quality towards Loyalty through Customer Satisfaction at the Taplus BNI Medan Petisah Sub Branch</i>	Analisis linear berganda dijadikan sebagai jenis uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini.	Hasil menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber: Penulis, 2021

2.3 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2016), kerangka ini dikenal sebagai salah satu model penelitian yang bertujuan untuk mengaitkan hubungan dari berberapa faktor yang memiliki pengaruh pada objek yang bermasalah. Kerangka ini juga bermaksud untuk menjelaskan hipotesis penelitian mengenai variabel yang dikaji:

2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk pada suatu perusahaan berperan dalam menentukan kepuasan konsumen dikarenakan kualitas produk mencakup mutu atau kualitas yang berdominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat,

fleksibilitas dalam memenuhi permintaan konsumen dan harga jual yang rendah, mutu yang baik sehingga kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan apabila kualitas produk pada suatu perusahaan mengalami peningkatan. Satria (2021:261) menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

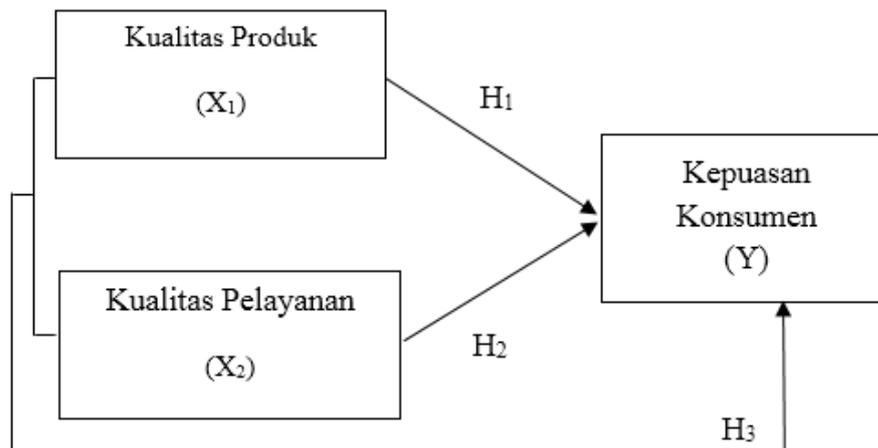
2.3.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan suatu perusahaan menjadi masalah penting pada suatu perusahaan. Kualitas pelayanan mencakup istilah dimana suatu kegiatan yang bersangkutan dengan cara atau melayani, menyediakan segala apa yang diperlukan orang. Kualitas pelayanan dikenal sebagai *service quality* yang memiliki tugas dalam melakukan pengukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan adanya pengukuran tersebut dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Handoko (2017:64) dan Kristiana (2017:114) menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2.3.3 Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

(Arifki & Nurtjahjani, 2018), (Albari, 2019) dan (Hayani, 2021) menyatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Di mana semakin baik kualitas suatu produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Begitupula dengan pengaruh kualitas pelayanan, semakin konsumen menganggap kualitas pelayanan

berkualitas maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Adapun kerangka konseptual yang ada pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Penulis, 2021

2.4 Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : Diduga kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H₂ : Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H₃ : Diduga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada studi ini dijalankan dengan mengolah data melalui pengumpulan data yang ada, penelitian tersebut dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dijalankan dengan menganalisa dan mengolah data yang kemudian mendapatkan hasil. Metode tersebut dijalankan bertujuan agar dapat dijadikan sebagai salah satu metode dalam menguji dan meneliti populasi dan sampel yang telah ditetapkan melalui teknik mengumpulkan data yang terpilih dan instrument penelitian yang terpilih kemudian dapat memberikan penjelasan atas hipotesis yang dibuat. Desain penelitian ini berhubungan dengan beberapa variabel yaitu kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) (Radjab & Jaman, 2017:111).

3.2 Sifat Penelitian

Setiap penelitian memiliki sifat penelitian, pada studi yang dikaji ini memiliki sifat deskriptif analisis. Hal tersebut dikarenakan penelitian yang dijalankan ini memaparkan penelitian dengan merupakan sebuah gambaran. Setiap penelitian memiliki desain karena hal tersebut merupakan dasar untuk menjalankan penelitian. Penelitian ini memiliki desain bersifat kausalitas yang artinya sebagai penelitian yang dijalankan dengan maksud memberikan penjelasan atas sebab dan akibat antar variabel yang diteliti (Radjab & Jaman, 2017:86).

menjelaskan pengaruh atau membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel yang diteliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian adalah pada PT Batam Auto Teknikarya yang berposisi pada Blok F, Ruko Pancur Lama Jl. Sei Pancur No.4, Tj. Piayu, Kec. Sei Beduk, Kota Batam, Kepulauan Riau 29433

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Melakukan penentuan pada topik studi ini					
Melakukan pencarian pada data-data pendukung lainnya					
Menyusun data-data yang terkumpul					
Melakukan pembuatan kuesioner					
Melakukan penyebaran kuesioner					
Memungut kembali kuesioner yang disebar					
Mengolah data yang didapatkan					
Menyusun dan menyelesaikan hasil data yang sudah diolah					

Sumber : Penulis (2021)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Penelitian dijalankan akan membutuhkan populasi, populasi merupakan kumpulan data yang memiliki ciri khas dan kualitas tersendiri dan sama yang kemudian dijadikan sebagai objek dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2016:80). Populasi yang diambil oleh peneliti adalah seluruh konsumen yang ada pada PT Batam Auto Teknikarya berjumlah 137 konsumen berdasarkan rata-rata pendataan jumlah konsumen yang dimiliki perusahaan dari Juli 2020 hingga Juni 2021.

3.4.2 Sampel

Penelitian memiliki sampel agar dapat lebih terperinci mencapai tujuan yang diinginkan. Sampel penelitian dikenal bagian dari kumpulan populasi yang ada, biasanya sampel terpilih lebih terperinci sesuai dengan syarat dan ketentuan yang dibuat oleh penulis penelitian dengan maksud penelitian lebih tepat dan akurat dalam menaparkan hasil penelitian (Sugiyono, 2018: 81). Sampel dipilih melalui teknik yang ada, pada penelitian ini menggunakan sampel teknik jenuh yang berarti menggunakan semua kumpulan populasi yang ada. Disimpulkan sampelnya berjumlah 137 responden.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer dalam suatu penelitian dikenal sebagai data yang dimiliki melalui pengumpulan langsung yang dapat melalui beberapa cara (Radjab & Jaman, 2017:109). Penelitian ini menggunakan cara pembagian kuesioner yang dikenal sebagai salah satu data primer. Kuesioner dibagikan berupa beberapa pertanyaan yang dibuat sesuai dengan variabel yang bersangkutan dan dibagikan kepada konsumen PT Batam Auto Teknikarya.

3.5.2 Data Sekunder

Setiap penelitian membutuhkan data sekunder sebagai pendukung penelitian yang berupa buku, jurnal dan lainnya (Radjab & Jaman, 2017:109). Penelitian ini menggunakan data perusahaan yang telah didokumentasi pihak PT Batam Auto Teknikarya (Sugiyono, 2018:142). Penelitian ini memiliki data sekunder yang berupa kumpulan jurnal sesuai dengan variabel yang diteliti, buku

yang bersangkutan dengan variabel yang diteliti, dan data-data yang terkumpul oleh pihak perusahaan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2018:137) menyatakan pengumpulan data dapat melalui beberapa teknik :

1. *Interview* (Wawancara)
2. *Observasi*
3. *Kuesioner* (*Angket*)

Penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* dikenal skala yang diukur dalam kuesioner dengan pengukuran melalui skor satu hingga lima. (Sugiyono, 2018:93). Tabel bawah memaparkan keterangan dan skor dari skala ini:

Tabel 3.2Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber:(Sugiyono, 2016:93)

3.7 Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen

Penelitian dijalankan memiliki variabel bebas yang digunakan untuk mengetahui hubungan pengaruh terhadap variabel terikat dikenal sebagai variabel independen (Sugiyono, 2018:11). Terdapat variabel kualitas produk dan pelayanan yang dijadikan variabel independen pada penelitian ini:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk ialah kinerja perusahaan yang dituntut oleh setiap pengguna produk baik barang dan jasa. Biasanya konsumen akan melakukan pengukuran pada kualitas produk yang digunakan dimulai dari kemasan produk, kualitas dasar, performa penggunaan, dan juga desain penampilan pada produk. Setiap pelanggan memiliki pandangan yang berbeda dan penilaian yang berbeda, disini ini perusahaan perlu memaksimalkan kualitasnya dalam segala segi yang ada. Produk tersebut dapat dikatakan memiliki kualitas yang bagus jika produk tersebut berhasil mencapai sebagian rata-rata perminatan konsumen (Khasan, Rochaety, & Akbari, 2021:4). Adapun indikator dari kualitas produk yang dipaparkan oleh (Mulayana & Nurmalasari, 2017:4) sebagai berikut:

- a. Performa, berupa kinerja yang ada pada produk dapat berupa karakteristik dalam suatu produk.
- b. Daya tahan produk, diukur melalui kemampuan dan seberapa lama produk yang dibeli bisa di gunakan.
- c. Sesuai dengan spesifikasi baik dari lisan atau tulisan, perusahaan perlu melakukan pemenuhan pada spesifikasi yang dijanjikan baik dalam bentuk lisan atau tulisan.
- d. Estetik pada produk, produk yang dijual perlu memiliki bentuk yang baik sehingga mampu menarik pandangan konsumen.
- e. Reliabilitas, produk yang dijual memiliki kehandalan yang dapat dipercaya sehingga sangat minim sekali untuk terjadi gagal dan rusak pada produk.

- f. Pelayanan yang maksimal, dimaksud sebagai kemudahan dalam melakukan reparasi produk apabila mengalami kendala dan keluhan tertentu.

2. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan teori dari (Gery, 2018:95) berpandangan bahwa pelayanan suatu perusahaan dinilai dari tingkat baik atau buruk penyajian dari perusahaan untuk memberikan kepuasan konsumen dan mencapai serta memenuhi seluruh ekspektasi yang ada dalam diri konsumen dikenal sebagai kualitas pelayanan. Kualitas dalam melayani konsumen dikenal sebagai salah satu dimensi yang dijalankan perusahaan dengan menyajikan produk dan jasa yang memenuhi kriteria perusahaan. Menurut (Tjiptono & Chandra 2016: 169) kualitas pelayanan memiliki 5 indikator dalam pengukurannya. Indikator yang ada dapat berupa:

a. Aspek Fisik

Pelayanan yang mampu untuk dilakukan penyentuhan, bisa di rasakan dengan mencium dan bisa diketahui dengan melihat. Contoh yang dapat diberikan pada dimensi ini seperti berbagai jenis fasilitas yang diberikan konsumen..

b. Reliabilitas

Pelayanan yang mampu untuk dilakukan membuat konsumen merasa handal dan akurat saat menggunakan produk yang ditawarkan, sehingga konsumen akan terciptakan kepercayaan atas kehandalan pada produk yang ditawarkan.

c. Interaksi Personal

Rasa peduli perusahaan terhadap konsumen, perusahaan memaksimalkan pelayanan dengan memberikan perhatian langsung dan menyediakan segala pelayanan yang mempermudah konsumen untuk mencari dan mengatasi masalah saat sedang mengalami keluhan.

d. Pemecahan Masalah

perusahaan dengan memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan permintaan konsumen. Perusahaan harus mampu menyelesaikan masalah yang terjadi pada perusahaan dengan sesuai dengan masalah yang ada.

e. Kebijakan Pelayanan

Pihak perusahaan perlu membangun suatu pandangan yaitu kepercayaan. Perusahaan perlu memberikan jaminan kepada konsumen, jaminan yang ada berupa perilaku karawan dalam memberikan keyakinan kepada konsumen untuk melakukan pembelian pada barang yang ditawarkan.

3.6.2 Variabel Dependen

Penelitian yang dijalankan memiliki variabel terikat yang dikenal sebagai variabel yang dijadikan hubungan sebab akibat antar variabel bebas terhadap terikat dikenal sebagai variabel dependen (Sugiyono, 2018:11). Penelitian ini menggunakan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Gery (2018) dalam (Simanjuntak & Purba, 2020) menyatakan bahwa perasaan dalam diri konsumen baik berupa kecewa ataupun senang saat menggunakan produk dari perusahaan yang dipercayai dikenal sebagai kepuasan konsumen. Perasaan tersebut dinilai oleh konsumen secara langsung saat menggunakan produk yang ditawarkan, apabila ekpektasi konsumen terlealisasikan maka konsumen tentunya

puas atas produk yang digunakan sebaliknya jika konsumen merasa kurang puas berarti produk yang digunakan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. (Aswad *et al.*, 2018:80) indikator kepuasan konsumen penelitian yang dijadikan referensi dari variabel yang digunakan:

- a. Kinerja yaitu pengukuran kinerja yang dapat dilakukan dengan diukur melalui tingkat kesesuaian pada harapan konsumen. Kinerja perusahaan yang dituntut oleh setiap pengguna produk baik barang dan jasa
- b. Harga yaitu harga yang ditawarkan perusahaan menjadi salah satu faktor dalam mengapai kepuasan konsumen. Konsumen tentunya ingin membeli suatu produk dengan harga yang murah tetapi kualitas yang bagus. Terkadang ada beberapa konsumen yang melakukan perbandingan dengan pesaing lain atas harga jual yang ditawarkan. Maka dari itu perusahaan perlu memaksimalkan produk yang dijual memiliki harga ekonomi dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.
- c. Harapan yaitu konsumen memiliki harapan tertentu atas produk yang digunakan biasanya konsumen memiliki keinginan tersendiri yang kemudian perusahaan perlu mencapainya. Pada indikator ini konsumen yang merasa puas pada produk yang digunakan tentu akan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut karena konsumen selalu ingin memiliki merasakan kepuasan dalam dirinya

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini dikenal sebagai tahap penelitian yang memberikan gambaran mengenai data yang telah diuraikan sehingga dapat dijelaskan sesuai dan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan kriteria (Sugiyono, 2018:147). Kriteria tersebut dapat diketahui melalui rentang skala penelitian. Pada penelitian ini memiliki rentang skala yang dapat dilihat pada tabel berikut (Sugiyono, 2016:147)

Tabel 3.3 Rentang Skala

Rentang Kategori Skor/Skala Kategori	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik / Sangat rendah
1,80 – 2,59	Tidak baik / Rendah
2,60 – 3,39	Cukup / Sedang
3,40 – 4,19	Baik / Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat baik / Sangat tinggi

Sumber:(Sugiyono, 2016:147)

3.7.2 Uji Kualitas Data

Penelitian ini perlu menjalankan uji kualitas data pada data yang terkumpul. Hal tersebut dikarena data yang terkumpul perlu diteliti apakah memiliki validitas data dan realibel pada data yang ada. Perincian dibawah dijelaskan lebih terperinci (Sugiyono, 2018:125)

3.7.2.1 Uji Validitas

Penelitian dapat dijalakan apabila melewati uji validitas. Uji ini dijenal sebagai uji yang digunakan untuk menguji korelasi pada score yang ada dalam pertanyaan-pertanyaan di kuesioner. Pada uji ini, penulis menggunakan tiga puluh sampel sebagai dasar data pengujian. Tahap berikutnya yakni menentukan r_{tabel} sejumlah $n-2$ kesimpulannya melaksanakan ialah r_{hitung} ialah didapatkan sejak

hitungan di atas. Seumpama didapatkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada *alfa* ialah sudah diselesaikan ataupun seterusnya dapat menyatakan apakah ungkapan tersebut valid.

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ disimpulkan pernyataan valid
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ diartikan pernyataan tidak valid

Rumus yang ada pada pengujian validitas yaitu seperti berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.1 Uji Validitas

Sumber : (Sugiyono, 2016:121)

Keterangan :

r = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor total butir

N = jumlah sampel

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini dijalankan untuk mengetahui kualitas data apakah realibel atau tidak. Penelitian dapat dijalankan apabila memenuhi ketentuan reliabel. Data dinyatakan realibel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih besar dari 0,60 (Sugiyono, 2018: 130). Pengujian dilakukan melalui program *Statistical Package for the Social Sciences* ke 25. Data dapat dijalankan pengujian selanjutnya apabila melewati uji realibilitas ini.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Tingkat kenormalan suatu data dapat melalui uji ini. Suatu penelitian perlu memiliki data yang normal. Pengujian kenormalannya dapat melalui uji

histogram, pplot dan uji-kolmogrov smirnov. Setiap pengujian memiliki ketentuan yang perlu dipenuhi seperti pada uji histogram dapat dinyatakan normal dengan memenuhi kriteria dimana gambar dengan kurva membentuk sebuah lekukan bentuk bell. Pada uji pplot perlu memenuhi kriteria dimana titik yang ada pada gambar atau hasil perlu melakukan penyebaran pada garis diagonal maka data pengujiannya dikatakan normal. Pada uji yang terakhir dinamakan *Kolmogorov*, uji tersebut dijalankan agar dapat memberikan keyakinan bahwa data yang di uji tersebut normal, hasil normal perlu memenuhi kriteria nilai asymp sig lebih besar dari 0,05(Ghozali, 2018:161).

3.7.3.2 Uji Multikolinieritas

Pada penelitian yang dijalankan dapat dinyatakan baik apabila penelitian tersebut tidak ada gejala multikolinaritas. Uji ini dikenal sebagai uji yang digunakan untuk melakukan pemeriksaan pada variabel yang diteliti apakah memiliki hubungan yang saling berkorelasi antar model regresi yang dijalankan. Hasil dikatakan tidak mengalami gejala apabila nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai variansinya lebih kecil dari 10. Sebaliknya dikatakan mengalami gejala tersebut apabila nilai toleransi lebih kecil dari 0,1 dan nilai variansinya lebih besar dari 10 (Ghozali, 2018: 105).

3.7.3.3 Uji Heterokedatisitas

Pada penelitian yang dijalankan dapat dinyatakan baik apabila penelitian tersebut tidak ada gejala heterokedatisitas. Uji ini dikenal sebagai uji digunakan untuk menjelaskan dalam penelitian yang dijalankan apakah mengalami perbedaan

pada variasi antar data. Pada uji ini memiliki beberapa teknik, penelitian ini menggunakan metode *glejser* untuk mengetahui apakah mengalami gejala heterokedastisitas atau tidak. Penelitian dinyatakan mengalami gejala jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan sebaliknya jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka tidak mengalami gejala tersebut(Ghozali, 2018:192).

3.7.4 Uji Pengaruh

3.7.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dikenal sebagai salah satu uji yang dijalankan dengan maksud agar dapat mengetahui pengaruh pada variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependennya. Apabila variabel yang diteliti lebih dari satu maka dapat menggunakan regresi berganda. Uji ini akan memaparkan hasil peramalan dari data yang diuji apakah akan mengalami penambahan atau pengurangan skor jika data mengalami perubahan. Rumus dalam menghitung regresi ini dapat melalui(Ghozali, 2018:96):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.2 Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = Nilai prediksi variabel dependen

X₁,X₂= Variabel independent

b₁,b₂ = Koefisien regresi

a = Konstanta persamaan regresi

3.7.4.2 Uji Determinasi (R²)

Uji R Square ini ialah uji yang dijalankan dengan maksud mengetahui seberapa besar pengaruh pada variabel independen yang diteliti terhadap variabel

dependennya dalam bentuk persentase. Uji ini dapat mengetahui berapa peluang variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat dijadikan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini (Ghozali, 2018: 97).

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji t (Regresi Parsial)

Uji ini dikenal salah satu uji hipotesis dalam penelitian. Uji ini dijalankan dengan maksud agar dapat diketahui hubungan antar variabel apakah mengalami hubungan signifikan atau tidak. Pengujian ini dapat memberikan penjelasan pada hipotesis yang tercipta. Hasil pengujian akan menjelaskan bagaimana pengaruh secara parsial antar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian perlu memenuhi kriteria, dibawah ini akan dijelaskan syarat hipotesis diterima dan ditolak yaitu (Ghozali, 2018: 98).

1. Hasil pengujian memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan hasil t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis diterima
2. Hasil pengujian memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dan hasil t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis ditolak.
3. Hasil pengujian memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dan hasil t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} maka hipotesis ditolak

3.8.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dikenal salah satu uji hipotesis dalam penelitian. Uji ini dijalankan dengan maksud agar dapat diketahui hubungan antar variabel apakah mengalami hubungan signifikan atau tidak. Pengujian ini dapat memberikan penjelasan pada

hipotesis yang tercipta. Hasil pengujian akan menjelaskan bagaimana pengaruh secara simultan antar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian perlu memenuhi kriteria yaitu hasil pengujian memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan hasil F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka ditolak (Ghozali, 2018: 98). Hipotesis dinyatakan diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$.



Universitas Putera Batam