

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LKD
MULTI INDUSTRI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh
Hadi Kurniawan
150910008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LKD
MULTI INDUSTRI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Hadi Kurniawan
150910008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Hadi Kurniawan
NPM/NIP : 150910008
Fakultas : Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT LKD Multi Industri di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengathuan 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 peratur perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 8 Februari 2019

Hadi Kurniawan
150910008

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LKD
MULTI INDUSTRI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Hadi Kurniawan
150910008**

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

Batam, 8 Februari 2019

**RAYMOND, S.E., M.Sc.
Pembimbing**

ABSTRAK

PT LKD Multi Industri merupakan salah satu perusahaan manufaktur di bidang alat kesehatan yang dianggap berhasil, sehingga mampu menjadi perusahaan kualitas di kota Batam. Alasan meneliti penelitian tersebut adalah dengan bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan itu, tujuan penelitian tersebut adalah untuk mendeskripsikan pengaruh antar variabel (kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan). Penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang dilakukan pada PT LKD Multi Industri di Kota Batam. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif statistik. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Shot Case Study*. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pada PT LKD Multi Industri di Kota Batam. Metode pengambilan sampel adalah *Non Probability Sampling* dan teknik pengambilan sampel adalah *Census Sampling* (sampel jenuh) dengan sampel pelanggan pada PT LKD Multi Industri sebanyak 125 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD Multi Industri di Kota Batam. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. PT LKD Multi Industri sebaiknya meningkatkan kualitas produk agar kepuasan pelanggan dapat selalu terpenuhi.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

PT LKD Multi Industri is one of the company which engaged in the medical devices consider success, so it can become a good quality company in Batam. The reason to examine the research is to know whether quality product and service has any influence to customer satisfaction. With that, the purpose of this research is to describe the affect of each variabel (quality product, quality service and customer satisfaction). This research is about the effect of quality product and service to customer satisfaction which done in PT LKD Multi Industri in Batam. This type of research is quantitative statistics analyze. The design for this research is One-Shot Case Study. The population of the research is customer in PT LKD Multi Industri in Batam. Method sampling technique used is the Non Probability Sampling and Census Sampling as many as 125 customers. The results showed that the quality of product and service quality has positive influence on customer satisfaction PT LKD Multi Industri in Batam. The quality of product but not significant effect on customer satisfaction. The quality of service significantly influence customer satisfaction. PT LKD Multi Industri in Batam should improve the quality of the product to the satisfaction of the customers can always be met.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen 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 ini, 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 Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen, Staff Perpustakaan dan Staff Universitas Putera Batam yang telah banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Pelanggan PT LKD Multi Industri yang telah baik hati membantu dan memberikan data untuk kebutuhan penelitian.
7. Orang tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
8. Stefany, Novrianto, Setiawan, Falentino, Hartono, Charlie, Dian Ratna Ningsih, Sonya, Adelina dan teman-teman seperjuangan dalam pembuatan skripsi;

Semoga Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 8 Februari 2019

Hadi Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Operasional Variabel.....	25
3.3 Skala Likert	26

3.4	Populasi dan Sampel	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6	Teknik Analisis Data	28
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Hasil Penelitian.....	28
4.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	47
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.5	Hasil Uji Hipotesis	59
4.6	Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan.....	4
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Diagram Pie Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.2 Diagram Berdasarkan Pie Usia	41
Gambar 4.3 Diagram Pie Berdasarkan Pendidikan.....	43
Gambar 4.4 Grafik Normal P-Plot	53
Gambar 4.5 Grafik Normalitas.....	54
Gambar 4.6 Diagram <i>Scatterplot</i>	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Variabel Dependen dan Independen	26
Tabel 3.2 Kriteria Analisis Deskriptif.....	29
Tabel 3.3 Tingkat Validitas.....	32
Tabel 3.4 Agenda Pembuatan Skripsi	38
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
Tabel 4.10 Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	51
Tabel 4.11 Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	52
Tabel 4.12 Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Koefisien Reliabilitas.....	30
Rumus 3.2 Koefisien Korelasi	31
Rumus 3.3 Regresi Berganda.....	35
Rumus 3.4 Koefisien Determinasi	35
Rumus 3.5 Uji T.....	36
Rumus 3.6 Uji F	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini membuat setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan perusahaan pada kinerja supaya dapat bersaing di pasar salah satunya pada perusahaan manufaktur. Menurut (Syukron & Kholil, 2013 : 49), proses *manufacturing* merupakan proses untuk mengubah produk dari bahan baku menjadi bahan jadi. Cara yang paling utama pada suatu perusahaan untuk mampu bersaing adalah memberikan produk dan jasa yang berkualitas kepada pelanggan untuk memaksimalkan kepuasannya.

Suatu perusahaan akan berhasil jika perusahaan tersebut memberikan kepuasan kepada pelanggan secara penuh. Kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus di perhatikan oleh perusahaan. Suatu perusahaan wajib meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan secara maksimal (Runtunuwu, Oroh, & Taroreh, 2014 : 1804). Oleh karena itu kualitas produk dan kualitas pelayanan harus diperhatikan secara terus-menerus agar dapat memuaskan pelanggannya.

Produk merupakan hal penting bagi perusahaan karena perusahaan membutuhkan produk untuk melakukan sesuatu untuk usahanya. Pelanggan akan membeli produk jika mereka tertarik, karena itu diusahakan produk tersebut harus seiring dengan kebutuhan pelanggan agar pemasaran atau penjualan produk sukses dan berhasil. Sehingga produk seharusnya dibuat dan disesuaikan pada kebutuhan

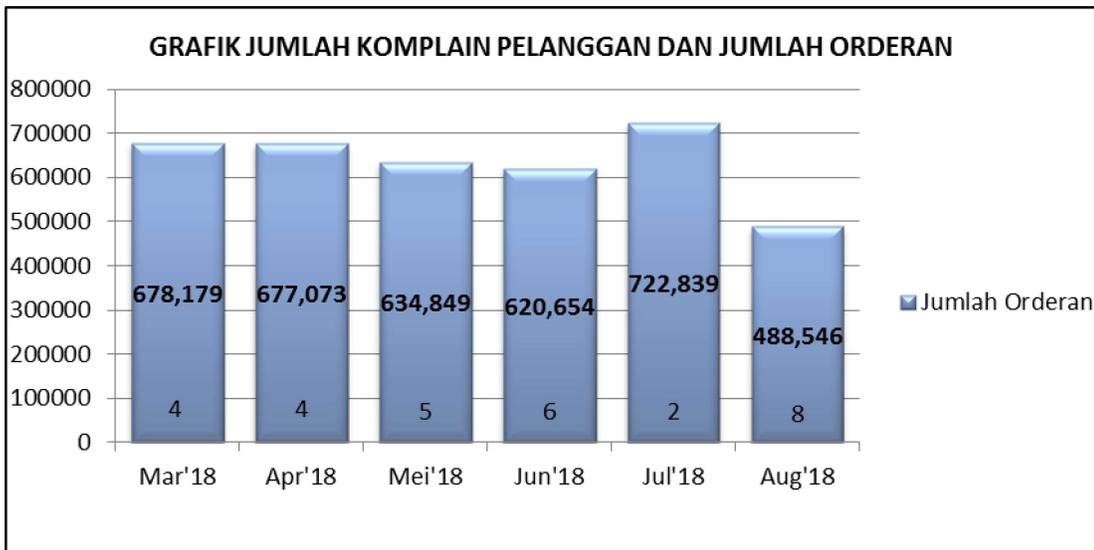
dan keinginan pelanggan (Hayati & Sekartaji, 2015 : 50). Pelanggan akan membeli ulang secara rutin terhadap produk tersebut jika pelanggan telah mencapai kepuasannya terhadap produk yang digunakan atau dikonsumsi.

Bagi setiap perusahaan, salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan persaingan adalah kualitas pelayanan. Menurut (Hilaliyah, Djawahir, & Susilowati, 2017 : 173), Memiliki hubungan yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan sikap atau penilaian secara keseluruhan mengenai keunggulan layanan, sehingga memberikan suatu motivasi kepada pelanggan untuk memperkuat ikatan hubungan dengan perusahaan. Kualitas pelayanan akan menjadi daya tarik pelanggan dan juga akan terjadinya peningkatan kepuasan pelanggan yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Salah satu dari perusahaan yang bergerak di dibidang manufaktur adalah PT LKD Multi Industri. PT LKD Multi Industri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur dalam memproduksi produk dan pengiriman produk berupa alat kesehatan (*medical devices*). Kebijakan mutu dari PT LKD Multi Industri berdasarkan pada EN ISO 13485:2016. Manajemen PT LKD Multi Industri berjanji bahwa menyediakan pelayanan yang unggul dan produk yang bermutu tinggi kepada pelanggan kami dengan perbaikan secara terus-menerus serta mempertahankan standar mutu produk, pengiriman produksi yang tepat waktu dan memenuhi kepuasan pelanggan adalah prioritas kami. Berikut ini merupakan “Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan” pada PT LKD Multi Industri mulai bulan Maret 2018 sampai Agustus 2018.

Tabel 1.1 Data Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan

S/N	Bulan					
	Mar'18	Apr'18	Mei'18	Jun'18	Jul'18	Aug'18
Jumlah Komplain Pelanggan	4	4	5	6	2	8
Jenis Komplain Pelanggan	Kehilangan Material	Diluar Spesifikasi	Tergores	Rusak	Rusak	Lengket
	Salah Pengiriman	Kehilangan Material	Campur Material	Rambut	Kotor	Kotor
	Rusak	Material Berganda	Lengket	Bintik Hitam	-	Campur Material
	Terdapat Rambut	Salah Pengiriman	Bintik Hitam	Kotor	-	Rusak
	-	-	Rambut	Tergores	-	Bintik Hitam
	-	-	-	Salah Pengiriman	-	Telat Pengiriman
	-	-	-	-	-	Rambut
	-	-	-	-	-	Tergores
Jumlah Pelanggan	125	125	125	125	125	125
Jumlah Orderan	678,179	677,073	634,849	620,654	722,839	488,546



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Komplain Pelanggan dan Jumlah Orderan

Berdasarkan kasus diatas, dapat dilihat semakin tinggi tingkat komplain dari pelanggan akan menyebabkan penurunan dalam jumlah orderan pada PT LKD Multi Industri. Hal ini dapat disimpulkan bahwa PT LKD Multi Industri masih mengalami permasalahan dalam memenuhikepuasan pelanggan. Dari bulan Maret 2018 sampai Juni 2018 terjadinya jumlah komplain dan jumlah orderan yang lumayan setara sedangkan pada bulan Juli 2018 menuju ke bulan Agustus 2018 terjadinya jumlah komplain yang meningkat secara drastis. Hal tersebut berdampak negatif terhadap jumlah orderan dimana dari 2 komplain dengan jumlah orderan 722,839 menjadi 8 komplain dengan jumlah orderan 488,546 yang menyebabkan penurunan yang cukup tajam. Hai ini harus di perbaiki dan dipertimbangkan oleh perusahaan agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Dengan terjadinya kasus-kasus tersebut maka PT LKD Multi Industri menerima *customer complaint* melalui email maupun tatap muka dan juga diminta untuk membuat *corrective action* supaya tidak terjadi kasus

tersebut lagi serta PT LKD Multi Industri wajib untuk menggantikan produk yang dikomplain pelanggan baik kasus salah pengiriman produk maupun masalah kualitas produk. Kasus-kasus tersebut sangat mempengaruhi kualitas produk maupun kualitas pelayanan pada PT LKD Multi Industri dan akan mengakibatkan kepuasan pelanggan menurun dan akhirnya mengakibatkan kerugian pada perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis berminat untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT LKD Multi Industri Di Kota Batam”**.

Jurnal yang terlampir adalah Dwi Aryani & Febrina Rosinta (2010). *“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Membentuk Loyalitas Pelanggan”*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut, yaitu bukti fisik, empati, reliabilitas, kecepatan, garansi secara positif mempengaruhi kualitas layanan. Hasil lainnya menunjukkan kepuasan pelanggan adalah faktor terdahulu dari loyalitas pelanggan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Menurunnya jumlah orderan yang cukup drastis yang disebabkan oleh tingkat komplain pelanggan yang tinggi.

2. Menurunnya tingkat kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh kualitas produk dan pelayanan.
3. Perusahaan mengalami penurunan pendapatan terhadap masalah kualitas produk dan pelayanan.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT LKD Multi Industri Di Kota Batam”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri ?
3. Apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, sebagai menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan menerapkan teori-teori yang diperoleh selama melatih kemampuan berpikir secara sistematis.
2. Bagi institusi (UPB), sebagai menambah khasanah dan memperkaya penelitian ilmiah di Universitas Putera Batam, khususnya di Program Studi Manajemen.
3. Bagi PT LKD Multi Industri, sebagai sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi PT LKD Multi Industri untuk lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dimasa yang akan datang dalam hal mempertahankan kepuasan pengguna jasa PT LKD Multi Industri.
4. Bagi peneliti lanjutan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016 : 111), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memuaskan pelanggan yang disesuaikan dengan harapan dan keinginan mereka.

Sedangkan menurut (Imam Santoso, 2016 : 96), kualitas produk merupakan hal yang paling utama dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Selain itu menurut (Noviyanti, 2018 : 24), kualitas adalah nilai yang diberikan oleh pelanggan, dimana kualitas produk atau jasa merupakan bagaimana suatu kemampuan produk dapat memenuhi keinginan dan harapan pelanggan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk didefinisikan sebagai seberapa besar kemampuan dari produk tersebut dalam mencapai harapan pelanggan.

2. Ciri-Ciri Kualitas Produk

Menurut (Assauri, 2013 : 212), ciri-ciri kualitas produk adalah (1) Ukuran tahan lamanya produk. (2) Ketepatan (*precision*) produk. (3) Mudah mengoperasikan. (4) Memelihara dan atribut lain yang dinilai.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2015 : 269), ciri-ciri kualitas produk adalah (1) Barang merupakan suatu objek, alat, atau benda. (2) Dibuat kemudian dijual dan dipakai oleh orang banyak. (3) Barang dapat tahan lama dan dapat disimpan.

Selain itu menurut (Manap, 2016 : 346), ciri-ciri kualitas produk adalah (1) Bersifat berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dan sebagainya. (2) Barang bersifat tahan lama. (3) Barang dapat disimpan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kualitas produk adalah kehandalan, kemudahan perbaikan, gaya, desain, bentuk, kinerja, ketepatan dan ketahanan.

3. Manfaat Kualitas Produk

Menurut (Assauri, 2013 : 213), manfaat kualitas produk adalah untuk mempertimbangkan pelanggan dan mengefektifkan penggunaan strategi kualitas produk serta jangka waktu yang dihasilkan.

Sedangkan menurut (Bangsawan, 2015 : 37), manfaat kualitas produk dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Selain itu menurut (Abdullah & Tantri, 2018 : 284), manfaat kualitas produk adalah untuk menawarkan tidak sebatas wujud fisik kualitas saja tetapi juga gambaran di mata masyarakat dari segi model, merek, dan label serta kemasan agar dapat memuaskan pelanggan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat kualitas produk adalah untuk melaksanakan fungsi produk tersendiri dan memberikan

hasil atau kinerja yang sesuai untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Tujuan Kualitas Produk

Menurut (Assauri, 2013 : 212), tujuan kualitas produk adalah untuk mendapat keuntungan dari pengadaan produk yang berkualitas tinggi.

Sedangkan menurut (Manap, 2016 : 260), tujuan kualitas produk adalah untuk menciptakan penggunaan dari produk yang sudah ada dan dapat digunakan dalam hubungan bersamaan dengan produk lain serta memenuhi kebutuhan pelanggan.

Selain itu menurut (Suryani, 2017 : 124), tujuan kualitas produk adalah untuk mencapai harapan dan keinginan pelanggan dengan produk yang di beli dan di gunakan oleh pelanggan tersebut.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kualitas produk adalah untuk memenuhi dan melebihi ekspektasi / pengharapan pelanggan sehingga akan terciptanya loyalitas pelanggan yang tinggi dan konsisten.

5. Indikator Kualitas Produk

Menurut (Syaparilwadi & Wardhana, 2015 : 3633), kualitas produk dibentuk beberapa indikator adalah (1) Bentuk (*form*), merupakan penampilan fisik dari suatu produk. (2) Fitur (*feature*), merupakan ciri-ciri dan fungsi dari suatu produk yang ditawarkan. (3) Kualitas kinerja (*performance quality*), adalah bagaimana suatu produk dikategorikan berkualitas. (4) Kesan kualitas (*perceived quality*), merupakan umpan balik dan penilaian yang dilakukan tidak secara langsung dikarenakan

pelanggan mungkin tidak mengerti, salah informasi atau kekurangan informasi atas produk yang digunakan. (5) Ketahanan (*durability*), merupakan seberapa lama jangka waktu pada produk tersebut dapat tahan (*durable*) selama beberapa kondisi yang akan dihadapi. (6) Keandalan (*reability*), adalah seberapa lama jangka waktu pada produk tersebut sehingga tidak akan mengalami gagal atau tidak berfungsi dalam waktu tertentu. (7) Kemudahan perbaikan (*repairability*), adalah seberapa mudah dalam melakukan perbaikan (*repairing*) produk ketika produk itu gagal atau tidak berhasil. (8) Gaya (*style*), merupakan penampilan dan gaya produk kepada pembeli. (9) Desain (*design*), adalah hasil total fitur yang mempengaruhi desain produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016 : 111), kualitas pelayanan adalah sekumpulan kegunaan dan manfaat secara keseluruhan untuk memudahkan dalam mendapatkan barang maupun jasa.

Sedangkan menurut (Utami & Jatra, 2015 : 1985), kualitas pelayanan merupakan ketidaksamaan antara kualitas pelayanan dengan keinginan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan.

Selain itu menurut (Imam Santoso, 2016 : 96), bentuk kualitas pelayanan seperti penampilan fisik pada karyawan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

2. Ciri-Ciri Kualitas Pelayanan

Menurut (Assauri, 2013 : 212), mengemukakan bahwa jasa atau layanan memiliki enam karakteristik utama adalah (1) Pelayanan selama produk ditawarkan. (2) Pelayanan dalam proses jual beli produk tersebut. (3) Pelayanan selama memberikan produk yang dijual kepada pembeli. (4) Pemasangan produk tersebut. (5) Asuransi atau jaminan resiko atas rusaknya produk dalam jangka waktu tertentu. (6) Servis dari produk itu bila rusak.

Sedangkan menurut (Manap, 2016 : 346), karakteristik jasa adalah (1) Pelayanan atau jasa sangat dipengaruhi oleh emosi. (2) Jasa bersifat tidak berwujud. (3) Proses pembelian dan penggunaan pada waktu bersamaan. (4) Jasa tidak dapat disimpan. (5) Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia.

Selain itu menurut (Tjiptono, 2015 : 269), mengemukakan ada 4 (empat) karakteristik pelayanan adalah (1) *Intangibility*, sesuatu yang tidak dapat dipegang dan tidak dapat dirasa. (2) *Inseparability*, jasa dijual, dibuat dan digunakan secara bersamaan. (3) *Variability*, merupakan jasa terdapat banyak variasi dimana bisa digunakan pada setiap saat. (4) *Perishability*, jasa tidak dapat tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kualitas pelayanan adalah bertanggung jawab kepada pelanggan dari awal sampai akhir, mampu berkomunikasi, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik.

3. Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut (Suhardi, 2018 : 122), manfaat kualitas pelayanan adalah (1) Meningkatkan kepercayaan pada pelanggan. (2) Timbulnya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. (3) Menciptakan jalan untuk memulai.

Sedangkan menurut (Hayat, S.AP., 2017 : 19), manfaat kualitas pelayanan adalah untuk memberikan kemudahan dalam proses penerimaan pelayanan dan juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Selain itu menurut (Rangkuti, 2014 : 173), manfaat kualitas pelayanan adalah untuk meningkatkan pendapatan dan untuk menghasilkan persaingan yang unggul.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat kualitas pelayanan adalah (1) Bermanfaat untuk meningkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. (2) Menjadi sumber profit / keuntungan dan meningkatkan toleransi harga di masa depan. (3) Membentuk hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan.

4. Tujuan Kualitas Pelayanan

Menurut (Suhardi, 2018 : 122), tujuan kualitas pelayanan adalah untuk menghasilkan kualitas kinerja yang efektif dan efisien serta untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sedangkan itu menurut (Hayat, S.AP., 2017 : 19), tujuan kualitas pelayanan adalah untuk membudayakan pemberian pelayanan yang baik melalui kesadaran pribadi, pelayanan penuh antusias, memperbaiki kinerja, memiliki nilai, cara dan kesan yang baik serta pelayanan yang diberikan harus selalui dievaluasi secara rutin.

Selain itu menurut (Rangkuti, 2014 : 173), tujuan kualitas pelayanan adalah untuk menciptakan pembelian berulang, kata positif dari mulut ke mulut, loyalitas pelanggan dan diferensiasi produk yang kompetitif.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut untuk membentuk hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan.

5. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Utami & Jatra, 2015 : 1988), indikator kualitas pelayanan adalah (1) Bukti Fisik yaitu cara perusahaan membuktikan penampilan fisik dan fasilitas perusahaan. (2) Keandalan yaitu perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang disepakati dengan pelanggan sehingga dapat dipercayai oleh pelanggan. (3) Ketanggapan yaitu suatu kecepatan dari perusahaan untuk membantu kesulitan pelanggan atau pertanyaan yang ditanyakan oleh pelanggan. (4) Jaminan dan Kepastian yaitu suatu jaminan dan kepastian dari perusahaan untuk meningkatkan dan membentuk rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan dengan pengetahuan dan sopan santun karyawan. (5) Empati yaitu cara perusahaan untuk memenuhi

kepuasan pelanggan dengan memperhatikan dan berkomunikasi serta memahami keinginan dan harapan dari pelanggan..

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016 : 111), kepuasan pelanggan adalah bagaimana perasaan pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan.

Sedangkan menurut (Mongkau, Kawet, & Sepang, 2017 : 2471), kepuasan pelanggan adalah bagaimana perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya.

Selain itu menurut (Utami & Jatra, 2015 : 1985), kepuasan pelanggan adalah sikap dimana proses akhir yang diterima sesudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan harapan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai suatu perasaan dari pelanggan terhadap produk yang digunakan sesuai dengan harapan mereka.

2. Ciri-Ciri Kepuasan Pelanggan

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016 : 110), menyatakan ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah (1) Mempunyai kepercayaan kepada perusahaan. (2) Setia terhadap tempat tersebut. (3) Bantu memberitahukan kepada orang-orang yang dekat tentang tempat tersebut.

Sedangkan menurut (Noviyanti, 2018 : 24), menyatakan ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah (1) membeli ulang pada produk tersebut. (2) menggunakan produk dan jasa yang sama. (3) merasa senang setelah memakai produk perusahaan tersebut.

Selain itu menurut (Lite, 2017 : 359), ciri-ciri kepuasan pelanggan adalah (1) Adanya perasaan senang atau kecewa terhadap produk. (2) Kinerja aktual produk yang dirasakan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kepuasan pelanggan adalah setia, perasaan puas atau kecewa dan adanya kata-kata positif terhadap produk tersebut dari orang ke orang.

3. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut (Limakrisna & Nanda Susilo, 2012 : 99), kepuasan pelanggan memberikan jumlah manfaat spesifik, diantaranya : (1) Meningkatkan keuntungan melalui pelayanan yang berkualitas. (2) Meningkatkan kualitas pelayanan dapat membantu dan *men-support* pembiayaan di masa akan datang. (3) Meningkatkan produktivitas dan operasional dengan mempertahankan kepuasan pelanggan. (4) Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penilaian kinerja.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2014 : 356), manfaat kepuasan pelanggan adalah (1) Biaya *supplier* tidak tinggi . (2) Manfaat ekonomik pelanggan berdasarkan prospek abadi. (3) Nilai akan menambah dari relasi selanjutnya. (4) Daya mengubah

atau mempengaruhi seseorang. (5) Mengurangi harga sensitif. (6) Kepuasan pelanggan merupakan penunjuk keberhasilan di masa yang akan datang.

Selain itu menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016: 110), manfaat kepuasan pelanggan adalah (1) Meningkatkan kepercayaan pada pelanggan. (2) Mempertahankan nama baik perusahaan di kalangan masyarakat. (3) Membentuk perhatian dan motivasi dari perusahaan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat kepuasan pelanggan adalah (1) Kepuasan pelanggan dapat bermanfaat untuk menarik pelanggan kembali. (2) Kepuasan pelanggan dapat bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas / kesetiaan pelanggan. (3) Kepuasan pelanggan dapat membuat pelanggan membantu untuk promosi positif melalui mulut ke mulut dengan cepat.

4. Tujuan Kepuasan Pelanggan

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016 : 111), tujuan kepuasan pelanggan adalah untuk meningkatkan kepuasan seseorang dengan hasil yang didapatkan oleh pelanggan.

Sedangkan menurut (Utami & Jatra, 2015 : 1985), tujuan kepuasan pelanggan adalah hal dan faktor utama yang bertujuan untuk menaikkan dan meningkatkan keuntungan pada perusahaan.

Selain itu menurut (Noviyanti, 2018 : 23), tujuan kepuasan pelanggan adalah untuk menilai keunikan dari suatu produk atau jasa perusahaan dengan menyediakan

tingkat perasaan pelanggan yang berkaitan dengan pencapaian kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.

Dari tiga pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kepuasan pelanggan adalah (1) Kepuasan pelanggan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. (2) Kepuasan pelanggan bertujuan untuk menghindari komplain dari pelanggan. (3) Kepuasan pelanggan bertujuan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.

5. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016 : 111-112), ada lima indikator kepuasan pelanggan antara lain : (1) Kualitas produk yaitu kepuasan pelanggan akan tercapai bila produk yang digunakan berkualitas. (2) Kualitas pelayanan yaitu kepuasan pelanggan akan tercapai bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. (3) Emosi, yaitu kepuasan pelanggan akan tercapai dan mendapatkan kepercayaan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap dia bila menggunakan merek produk tertentu yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang didapatkan bukan hanya karena kualitas produk tetapi orang-orang sekitar juga dapat membuat pelanggan merasa puas (4) Harga, yaitu penetapan harga yang seiring dan sama antara kualitas produk yang sama serta nilai yang tinggi kepada pelanggan. (5) Biaya yaitu pelanggan tanpa mengeluarkan biaya tambahan atau menghabiskan waktu lama dalam mendapatkan jasa tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon & Imelda W.J Ogi, 2016	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT. FIGROUP Cabang Manado)	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian pelanggan agar terciptanya kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan.
Gladis Mongkau, Lotje Kawet & Jantje Sepang, 2017	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pasar Tradisional Remboken (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Sinuian Kec. Remboken)	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Tradisional Kecamatan Remboken. Secara parsial, variabel produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel tempat memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada pasar tradisional Kecamatan Remboken.
Handrianus David & Yenny Lego, 2016	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari harga, kualitas pelayanan, dan citra terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. Kualitas pelayanan adalah variabel dengan pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini yang diikuti dengan Citra Perusahaan. Kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif. Variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

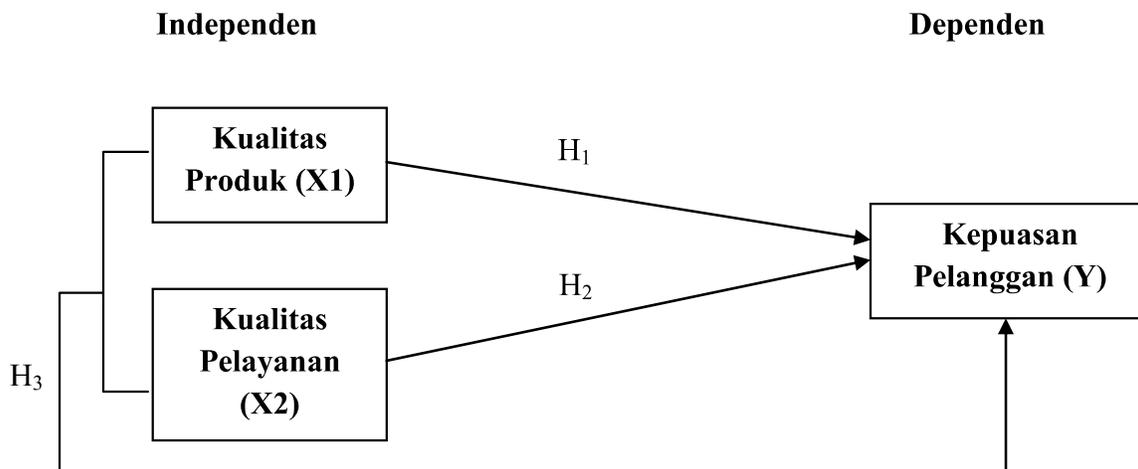
<p>Ida Ayu Inten Surya Utami & I Made Jatra, 2015</p>	<p>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur</p>	<p>Hasil analisis data menunjukkan bahwa keseluruhan variabel kualitas layanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur, selain itu terdapat perbedaan kepuasan antara pelanggan laki-laki dan perempuan terhadap pelayanan Restoran Baruna Sanur. Implikasi penelitian ini, Restoran Baruna Sanur harus selalu memperhatikan lima dimensi pada kualitas layanan terutama dalam hal daya tanggap agar kepuasan pelanggan terpenuhi sesuai dengan harapan yang diinginkan.</p>
<p>Imam Santoso, 2016</p>	<p>Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji, namun atmosfer rumah makan dan kualitas pelayanan belum terdapat bukti yang memadai berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan cepat saji.</p>
<p>Johanes Gerardo Runtuuwu, Sem oroh, Rita Taroreh, 2014</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Kafe dan Resto Cabana Manado</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.</p>

		Manajemen Cafe dan Resto Cabana Manado sebaiknya meningkatkan kualitas produk agar kepuasan pengguna dapat selalu terpenuhi.
Lis Noviyanti, 2018	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 28,2% terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 25,1% sedang pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,7%
Panzy Syaparilwadi & Aditya Wardhana, 2015	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Konveksi Fazry	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 58.9% dan sisanya sebesar 41.1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
Sari Utul Hilaliyah, Achmad Helmy Djawahir & Christin Susilowati, 2017	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang di Moderasi oleh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pelanggan Kafe Ria Djenaka Malang)	Hasil penelitian yang didapatkan adalah (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2).kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) suasana tidak memoderasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (4) suasana tidak memoderasi pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
Yetty Husnul Hayati & Gracia Sekartaji, 2015	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo	Bila dilihat berdasarkan uji f dan t, uji f menyatakan bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu 89,621 > 1,96 dan berdasarkan uji t menyatakan bahwa t hitung memiliki nilai yang lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,966 > 0,05, yang berarti terdapat hubungan yang

		signifikan antara variabel independen yaitu Kualitas Produk dari rumah makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut dengan Kepuasan Pelanggan.
Elfi Sukaisih, Suharyono, Solimun &Djamhur Hamid, 2015	<i>Effect of Functional Service Quality on Customer Satisfaction and Image and the Impact on Loyalty Intention (Study at Three-Star Hotel in Malang City and Batu City)</i>	<i>Research findings show that Functional Service Quality significant has significant effect on customer satisfaction and corporate image. Functional Service Quality also has significantly effect the loyal intentions. Corporate image significantly affect on customer satisfaction and loyal intentions. Customer satisfaction affect insignificantly on loyal intentions.</i>
Erry Rimawan, Ali Mustofa & Angga Dwi Mulyanto, 2017	<i>The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk)</i>	<i>The results show that Product Quality, Quality of Service and Trust does not affect on Customer Satisfaction or Customer Loyalty, while Customer Satisfaction Affect Customer Loyalty. Looking at the results of this study, it is worth noting further for other factors other than quality products, service and trust that emphasize customer satisfaction and loyalty customers, such as competitors and competitors competitiveness in price terms may be considered.</i>
Rubogoro Felix, 2017	<i>Service Quality and Customer Satisfaction in Selected banks in Rwanda</i>	<i>The findings from PLCC showed a significant and positive relationship between service quality and customer satisfaction while comparing dimension like customer loyalty with reliability, responsiveness and assurance. On the other hand, comparison based on positive word of mouth with service quality sub-variables like Reliability,</i>

		<i>Assurance, tangibles, empathy and responsiveness, revealed that there was no significant relationship between the variables.</i>
Ismail Razak, 2016	<i>The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value</i>	<i>The study found that the functional value of the toothpaste product bought by the customer is not optimal yet to be a major consideration to satisfy the customers, it is precisely the quality of the toothpaste product itself that conforming the production standard in advance.</i>
Soo Ho Choi, 2018	<i>Impact on Customer Trust and Customer Satisfaction according to the Logistics Service Quality of Home Shopping</i>	<i>As a result of the analysis, order quality, delivery quality, and return quality were all supported by customer trust. It is analyzed that customer trust are supported by customer satisfaction. The logistics service quality used in home shopping was derived by dividing the delivery quality, order quality, and return quality. The logistics service quality used in home shopping was derived by dividing the delivery quality, order quality, and return quality. Home shopping companies helped to establish initial trust through logistics service quality for first time buyers.</i>

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri di Kota Batam.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri di Kota Batam.

H3 : Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD Multi Industri di Kota Batam.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Shot Case Study*. Metode *One-Shot Case Study* adalah sekelompok subjek dikenai perlakuan tertentu (sebagai variabel bebas) kemudian dilakukan pengukuran terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2013 : 74).

3.2 Operasional Variabel

Pengertian operasional merupakan suatu bentuk yang dapat dinilai dengan memperhatikan dimensi tindakan yang diperlihatkan dan dikategorikan menjadi bagian yang dapat di lihat dan di ukur. Menurut (Sugiyono, 2013 : 39), variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi dikarenakan adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini menjadi variabel dependen (terikat) adalah kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1 Definisi Variabel Dependen dan Independen

Variabel	Definisi
Kualitas Produk (X_1)	Seberapa besar kemampuan dari produk tersebut dalam mencapai harapan pelanggan.
Kualitas Pelayanan (X_2)	Sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan.
Kepuasan Pelanggan (Y)	Sebagai suatu perasaan dari pelanggan terhadap produk yang digunakan sesuai dengan harapan dan keinginan mereka.

3.3 Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengetahui jawaban responden berdasarkan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian tersebut. Dengan itu, kemudian dikembangkan dan ditetapkan oleh peneliti secara teori dan khusus yang disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013 : 93). Model skala ini dapat dilihat sebagai berikut :

- A. Sangat tidak setuju : bobot 1
- B. Tidak setuju : bobot 2
- C. Netral : bobot 3
- D. Setuju : bobot 4
- E. Sangat setuju : bobot 5

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang di ambil adalah sebanyak 125 pelanggan.

2. Sampel

Dalam penelitian ini, sampel yang di ambil adalah seluruh populasi yang ada pada PT LKD Multi Industri yaitu sebanyak 125 sampel. Metode pengambilan sampel ini disebut dengan pengambilan sampel jenuh atau sesus (*census sampling*).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013 : 137), terdapat 2 bagian golongan data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang sumbernya dari orang pertama dan disusun oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sebelumnya telah disediakan dan disusun ulang oleh pihak lain.

Menurut (Sugiyono, 2013 : 137), data sekunder telah tersedia di dalam instansi atau di dalam lokasi penelitian dan juga tersedia di luar instansi atau lokasi di luar penelitian. Data sekunder yang tersedia di lokasi penelitian disebut dengan data sekunder internal, sedangkan yang tersedia di luar lokasi penelitian disebut dengan data sekunder eksternal.

Menurut (Sugiyono, 2013 : 137), data primer memiliki kelebihan dibandingkan data sekunder. (1) Kualitas data dapat di atur oleh peneliti karena secara teori, peneliti telah mengerti proses pengumpulan data. (2) Kesenjangan waktu dapat diatasi oleh peneliti pada saat data tersebut dibutuhkan dengan yang tersedia. Meskipun yang diinginkan oleh peneliti adalah data terbaru, tetapi yang tersedia hanya tahun-tahun sebelumnya yang menurut peneliti sudah tidak relevan. (3) Peneliti

lebih mampu dalam menghubungkan dan mengkoneksikan penelitiannya dengan ketersediaan data di aktual lapangan.

Beberapa teknik yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. **Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus jika dibandingkan dengan yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2013 : 145). Wawancara dan kuesioner selalu berbicara dan komunikasi dengan orang, sedangkan observasi selain melalui orang, bisa juga melalui objek-objek alam yang lain.

Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan pelanggan yang sedang berkunjung di PT LKD Multi Industri.

2. **Kuesioner (Angket)**

Menurut (Sugiyono, 2013 : 142), kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab mereka. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kuantitatif merupakan langkah setelah data dari seluruh responden terkumpul (Sugiyono, 2013 : 147). Teknik analisis data digunakan untuk

menjelaskan teknik apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dan juga termasuk pengujiannya. Adapun alat analisis yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.6.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dimana bertujuan untuk membuat kesimpulan untuk analisis deskriptif (Sanusi, 2017 : 115). Penelitian yang dilakukan pada populasi jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya.

Tabel 4.2 Kriteria Analisis Deskriptif

Skala Kategori	Nilai Tafsir
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 : (Muhidin, 2010: 146)

3.6.2. Uji Kualitas Instrumen

Menurut (Wibowo, 2012 : 34), pada prinsipnya tujuan penelitian adalah ingin mengetahui dan menganalisis suatu kejadian atau fenomena yang ada disekitar peneliti. Di dalamnya peneliti ingin mengungkapkan aspek-aspek, atribut atau variabel-variabel yang ingin diteliti. Untuk keperluan ini maka peneliti membutuhkan alat

ukur atau skala atau seperangkat alat uji untuk mengukur dan memaknai apa yang akan diteliti.

1. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah derajat konsistensi dari stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2013 : 268). Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika jawaban responden adalah konsisten dan stabil terhadap pernyataan tersebut. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* atau handal akan dilakukan melalui bantuan program komputer SPSS Versi 21 tahun 2018. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

- A. Apabila hasil koefisien Alpha > dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut handal (*reliable*).
- B. Apabila hasil koefisien Alpha < dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak handal (*reliable*).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Rumus 1.1 Koefisien Reliabilitas

Sumber : (Wibowo, 2012: 52)

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas Instrumen

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pada butir

k = Jumlah butir pertanyaan

σ_1^2 = Varian total

2. Uji Validitas

Uji Validitas adalah derajat kecermatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013 : 267). Uji validitas dalam peneliian ini digunakan untuk menguji ketepatan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui tepat (valid) atau tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu menghasilkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS.

$$r_{xy} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 2.2 Koefisien Korelasi

Sumber: (Wibowo, 2012: 37)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

n = Jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (SPSS secara default menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, apabila.

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut maka item dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 5.3 Tingkat Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: (Wibowo, 2012: 36)

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan uji awal terhadap suatu perangkat yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal atau uji awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bisa menjadi terpenuhi atau, sehingga prinsip *Best Linier Unbiased Estimator* atau *BLUE* terpenuhi (Wibowo, 2012 : 61).

1. Uji Multikolinearitas

Suatu persamaan regresi dikatakan tidak terjadinya multikolinearitas apabila tidak ada hubungan yang sempurna antara variabel independen yang membentuk persamaan tersebut. Jika variabel independennya atau variabel bebas terjadi hubungan maka persamaan tersebut dikategorikan terjadinya multikolinearitas (Wibowo, 2012 : 87).

Menurut (Wibowo, 2012 : 87), mengungkapkan bahwa masalah multikolinearitas dapat kita ketahui melalui beberapa uji yang dapat mengecek apakah persamaan tersebut terjadi masalah multikolinearitas atau tidak. Cara untuk mengecek masalah multikolinearitas dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu dengan melihat nilai masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Cara melihat apakah terjadi multikolinearitas dapat dilihat berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tersebut.

2. Uji Heteroskedastisitas

Suatu persamaan regresi dikatakan terjadinya heteroskedastisitas itu apabila terdapat sesuatu yang berlainan antar variabel dalam model yang berbeda. Masalah heteroskedastisitas merupakan model terjadi perbedaan varian atau sesuatu yang berlainan dari sisa pada pengamatan model regresi tersebut.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas. Terdapat beberapa cara untuk melakukan uji tersebut, misalnya metode Barlet dan Rank Spearman atau Ujin Spearman's rho, metode grafik Park Gleyser (Wibowo, 2012 : 93).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah ada nilai perbedaan yang diteliti berdistribusi normal atau tidak normal. Jika uji normalitas berdistribusi normal maka akan terbentuknya suatu kurva yang membentuk lonceng (*bell-shaped curve*) di dalam grafik normal *P-Plot* (Wibowo, 2012 : 61).

Histogram Regression Residual dapat juga digunakan untuk menguji normalitas yang sudah ditetapkan, analisis *Chi Square* dan juga dapat menggunakan Nilai Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika : Nilai Kolmogorov-Smirnov $Z < Z$ table atau menggunakan Nilai Probability Sig (2 tailed) $> \alpha$; sig $> 0,05$ (Wibowo, 2012 : 62).

4. Uji Kolmogorov – Smirnov

Menurut (Wibowo, 2012 : 69), menyatakan bahwa uji kolmogorov – smirnov digunakan untuk memastikan bahwa data yang diuji benar-benar berdistribusi normal. Sebaiknya perlu di uji lagi dengan menggunakan pendekatan *numeric*, yaitu mengambil keputusan berdasarkan besaran nilai kuantitatif yang diperbandingkan.

3.6.4. Uji Pengaruh

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan atau ikatan antara variabel dependen dan variabel independen yang nantinya akan ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi linier berganda (Wibowo, 2012 : 126).

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Rumus 3.3 Regresi Berganda

Sumber : (Wibowo, 2012: 127)

Keterangan :

- Y' = Variabel dependen
- a = Nilai konstanta
- b = Nilai koefisien regresi
- x_1 = Variabel Independen pertama
- x_2 = Variabel Independen kedua

2. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa persentase (%) pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tertentu. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variabel - variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel - variabel tertentu (Wibowo, 2012 : 135).

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 4.4 Koefisien Determinasi

Sumber : (Wibowo, 2012: 136)

Keterangan :

- R^2 = Koefiseien Determinasi

rx_{y_1} = Korelasi Variabel x_1 dengan y

rx_{y_2} = Korelasi Variabel x_2 dengan y

rx_1x_2 = Korelasi Variabel x_1 dengan variabel x_2

3. Uji T (Uji Parsial)

Menurut (Wibowo, 2012 : 138), menyatakan bahwa uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel. Nilai t hitung diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t - \text{hitung} = \frac{b_i - (\beta_i)}{se(b_i)} \quad \text{Rumus 5.5 Uji T}$$

4. Uji F (Uji Simultan)

Uji F disebut juga dengan uji ANOVA, yaitu *Analysist of Variance*. Kegunaan uji f hampir sama dengan uji t, yaitu untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Namun perbedaannya hanya pada kelompok datanya, dimana pada uji f kelompok data yang diuji dapat lebih dari dua kelompok (Wibowo, 2012 : 138). Nilai F hitung diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{\sum(Y-\bar{Y})^2 - k}{\sum(Y-\bar{Y})^2 / (N-k-1)} = \frac{MS_{regresi}}{MS_{residual}} \quad \text{Rumus 6.6 Uji F}$$

Sumber: (Sanusi, 2017 : 126)

Keterangan :

F = Nilai F

R² = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 95 persen (= 5 %). Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian adalah PT LKD Multi Industri Batam yang beralamat Jalan Walakaka Industrial Blok B No. 1-3 Batam Center.

2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari Maret 2018 sampai dengan Agustus 2018. Pengumpulan data dilakukan pada jam kerja yaitu pada jam 08.00 pagi hingga jam 17.00 sore.

