# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM

**SKRIPSI**

**Oleh:**
**Jeni Lezi Emrila**
**160910302**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**
**UNIVERSITAS PUTERA BATAM**
**TAHUN 2021**

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**
**Jeni Lezi Emrila**
**160910302**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**
**UNIVERSITAS PUTERA BATAM**
**TAHUN 2021**

# SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Jeni Lezi Emrila

NPM : 160910302

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 DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM"

Adalah hasil karya 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 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, 25 Januari 2021

**<u>Jeni Lezi Emrila</u>**
160910302

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM

## SKRIPSI

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

**Oleh**
**Jeni Lezi Emrila**
**160910302**

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

**Batam, 26 Januari 2021**

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

UPB

Universitas Putera Batam

# ABSTRAK

Bisnis merupakan sebuah cara mengubah keuntungan dan mendorong pertumbuhan negara. Suatu usaha patut menciptakan hal yang baru, melakukan inovasi dalam usahanya dan mengantongi kemahiran demi menghadapi rival di luaran sana. Sasarannya yaitu menarik minat konsumen, mengefesienkan pilihan konsumen terhadap kepuasannya dalam menggunakan suatu jasa, serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Pemasaran termasuk aktivitas krusial membentengi kesinambungan hidup suatu usaha. Selain itu pemasaran juga bertujuan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Konsumen yang potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menggunakan barang/jasa tersebut, beberapa faktor nya yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam mencapai kepuasan seorang konsumen yaitu memeroleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik karena kedua hal ini yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam. Desain dari studi ini menggunakan desain riset dan metode-metode penelitian kuantitatif kausalitas.Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuisioner kepada 165 responden. Teknik analisis data menggunakan validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, analisis regresi linier, t tes dan F uji melalui aplikasi program SPSS versi 25. Hasil studi ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh parsial, simultan dan signifikan pada kepuasan konsumen (Y). Hasil tes koefisien penentuan menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dengan 55,6 persen, sedangkan sisanya 44,4 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

# *ABSTRACT*

*Business is a way of turning profits and driving the country's growth. An effort should be made to create new things, make innovations in their business and pocket skills in order to face rivals outside there. The goal is to attract consumer interest, streamline consumer choices on their satisfaction in using a service, and provide the best service to consumers. Marketing is a crucial activity to protect the sustainability of a business. In addition, marketing also aims to get as much profit as possible. Potential consumers will consider various factors before using these goods / services, some of the factors are product quality and service quality provided. Things that need to be considered by companies in achieving customer satisfaction, namely obtaining good product quality and service quality because these two things can affect customer satisfaction for the company. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at PT Rodamas Makmur Motor Batam. The design of this study used a research design and quantitative research methods of causality. The data collection technique was using questionnaires to 165 respondents. The data analysis techniques used validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, linear regression analysis, t test and F test through the application of the SPSS version 25 program. The results of this study indicate that product quality (X1), service quality (X2) have a partial effect, simultaneous and significant on customer satisfaction (Y). The coefficient of determination test results showed that the product quality (X1), service quality (X2) was 55.6 percent, while the remaining 44.4 percent was influenced by other variables not examined in this study.*



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

# KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa 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 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. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Ketua Program Studi Manajemen;
3. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberi semangat buat saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.
6. Kepada seluruh teman-teman yang senantiasa membantu penulis baik berupa saran maupun kritikan.

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

Batam, 25 Januari 2021

**Jeni Lezi Emrila**

160910302

UPB

Universitas Putera Batam

# DAFTAR ISI

Halaman

**HALAMAN SAMPUL** ..... **i**
**HALAMAN JUDUL** ..... **ii**
**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS** ..... **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 ..... 16
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
1.6.1 Aspek Teoritis ..... 7
1.6.2 Aspek Praktis ..... 7
**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** ..... **9**
2.1 Teori Dasar ..... 9
2.1.1 Kualitas Produk ..... 9
2.1.2 Kualitas Pelayanan ..... 12
2.1.3 Kepuasan Konsumen ..... 14
2.2 Penelitian Terdahulu ..... 15
2.3 Kerangka Pemikiran ..... 18
2.3.1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ..... 18
2.3.2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ..... 18
2.4 Hipotesis ..... 19
**BAB III METODE PENELITIAN** ..... **20**
3.1 Desain Penelitian ..... 20
3.2 Operasional Variabel ..... 20
3.2.1 Variabel Independen ..... 20
3.2.2 Variabel Dependen ..... 21
3.3 Populasi dan Sampel ..... 21
3.3.1 Populasi ..... 21
3.3.2 Sampel ..... 22
3.4 Teknik Pengumpulan Data ..... 22
3.4.1 Kuesioner ..... 22

3.5 Metode Analisis data ..... 24
3.5.1. Analisis Deskriptif ..... 24
3.6 Uji Kualitas Data ..... 25
3.6.1 Uji Validitas Data ..... 25
3.6.2 Uji Reliabilitas ..... 25
3.7 Uji Asumsi Klasik ..... 26
3.7.1 Uji Normalitas Data ..... 26
3.7.2 Uji Multikolinearitas ..... 26
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas ..... 27
3.8 Uji Pengaruh ..... 27
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda ..... 27
3.8.2 Analisis Determinasi (R2) ..... 28
3.8.3 Uji T ..... 28
3.8.4 Uji F ..... 29
3.9 Lokasi dan jadwal penelitian ..... 29
3.9.1 Lokasi penelitian ..... 29
**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 30**
4.1 Profil Responden ..... 30
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 30
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia ..... 31
4.2 Hasil Penelitian ..... 31
4.2.1 Analisis Deskriptif ..... 31
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data ..... 36
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik ..... 39
4.2.4 Uji Pengaruh ..... 42
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis ..... 44
4.2.6 Uji-f ..... 44
4.3 Pembahasan ..... 45
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ..... 45
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ..... 46
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen ..... 47
**BAB V SIMPULAN DAN SARAN ..... 48**
5.2 Simpulan ..... 48
5.2 Saran ..... 49
**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**
Lampiran 1. Pendukung Penelitian
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

# DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran ..... 18
**Gambar 4.1** Hasil Uji Normalitas (P-Plot) ..... 57
**Gambar 4.2** Kurva Histogram ..... 40
**Gambar 4. 3** Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot ..... 42

# DAFTAR TABEL

**Tabel 1.1** Data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari - September 2020..... 4
**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu ..... 16
**Tabel 2.2** Lanjutan..... 17
**Tabel 3.1** Indikator Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen ..... 21
**Tabel 3.2** Skala Likert ..... 23
**Tabel 3.3** Rentang Skala..... 24
**Tabel 3.4** Jadwal Penelitian..... 29
**Tabel 4.1** Presentase Jenis Kelamin Responden ..... 30
**Tabel 4.2** Presentase Jenis Usia Responden..... 31
**Tabel 4.3** Variabel Kualitas Produk ($X_1$) ..... 31
**Tabel 4.4** Lanjutan..... 32
**Tabel 4.5** Variabel Kualitas Pelayanan ($X_2$) ..... 33
**Tabel 4.6** Lanjutan..... 34
**Tabel 4.7** Variabel Kepuasan Konsumen (Y) ..... 35
**Tabel 4.8** Lanjutan..... 36
**Tabel 4.9** Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ($X_1$)..... 37
**Tabel 4.10** Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan ($X_2$) ..... 37
**Tabel 4.11** Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) ..... 38
**Tabel 4.12** Hasil Uji Reliabilitas ..... 38
**Tabel 4.13** Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov..... 40
**Tabel 4.14** Hasil Uji Multikolinearitas..... 41
**Tabel 4.15** Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 41
**Tabel 4.16** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda ..... 42
**Tabel 4.17** Hasil Analisis Determinasi (R2) ..... 43
**Tabel 4.18** Hasil Uji-t..... 44
**Tabel 4.19** Hasil Uji-F..... 62

# DAFTAR RUMUS

**Rumus 3.1** Rentang Skala ..... 23
**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda ..... 27
**Rumus 3.3** Uji T ..... 28
**Rumus 3.4** Uji F ..... 29

UPB

Universitas Putera Batam

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kompetisi didunia kini melambung tinggi, diakibatkan lahirnya kreativitas serta keinovatifan seorang wirausahawan. Relevan hal tersebut sketsa pemasaran pun melonjak drastis. Aktivitas pemasaran kini mulai difokuskan teruntuk kepuasan kosnumen. Lazimnya tujuan tiap bisnis yakni meraih sebuah profit, tujuan itu berkaitan dengan aktivitas pemasaran. Persiapan aktivitas pemasaran wajib dibayangkan jauh-jauh hari, supaya sasaran konsumen tepat tujuannya. Konsumen berpotensial akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menggunakan barang atau jasa tersebut, salah satunya ialah faktor kualitas produk yang dijadikan alasan memuaskan konsumen yang berdampak konsumen melangsungkan pemilihan produk kita bila dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Produk memiliki makna penting bagi perusahaan, tanpa kesediaan produk, perusahaan tidak bisa melangsungkan bisnisnya. Konsumen memakai produk kita bila ditemukan kecocokan, disimpulkan produk disesuaikan dengan keperluan serta minat konsumen supaya aktivitas pemasaran berjalan lancar. Ketersediaan baiknya kualitas produk bisa melahirkan kepuasan serta kepercayaan konsumen. Kualitas produk yakni semua karakteristik produk atau pelayanan pada kecakapan guna

memenuhi kebutuhan konsumen (Putra *et al*., 2017: 127). Makin melonjaknya teknologi era kini, tiap perusahaan berjerih payah menaikkan kualitas produknya, yang wajib dijadikan perhatian kualitas produknya yakni perusahaan disektor otomotif. Perusahaan otomotif saat penciptaan produknya harus mengamati dari tahap merancang, mengembangkan, dan memproduksi produk tersebut, hingga tahap memasarkannya. Salah satu yang dihasilkan dari produk otomotif adalah transportasi.

Transportasi dijadikan sarana terpenting saat ini, karena transportasi berfungsi sebagai akses yang dapat digunakan untuk memudahkan penggunanya tiba di tempat yang ingin di tuju. Salah satu transportasi yang paling diminati untuk saat ini adalah sepeda motor. Sepeda motor yakni sarana guna memaksimalkan perubahan ciptaan manusia, peranan sepeda motor lazimnya guna mempersingkat pergerakan pengguna. Relevan kemajuan zaman, perubahan peranan sepeda motor yakni sarana memperlancar keseluruhan urusan. Penggunanya bisa sampai ke tempat yang sukar dijangkau sebab sepeda motor lebih kecil dari transportasi yang lain.

Selain kualitas produk, perusahaan juga berkewajiban memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen, dimana kualitas pelayanan merupakan hal terpenting untuk menarik minat konsumen. Dalam memasarkan suatu produk, kita perlu memerikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, mulai dari cara bertutur kata yang baik, sopan, serta bahasa yang mudah dimengerti oleh konsumen.

Dalam melayani konsumen kita perlu menjelaskan tentang spesifikasi barang/jasa yang sedang kita pasarkan, ketika kita sudah memerikan pelayanan terbaik pada konsumen, kita juga menjalin hubungan baik dengan konsumen. Kualitas pelayanan yakni rangkaian proses kerja mewakilkan pusat kinerja suatu layanan, yakni pemadanan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales counter* oleh konsumen (Lesmana & Ratnasari, 2017: 118). Selain kualitas pelayanan, kepuasan konsumen yakni misi paling utama yang ingin digapai perusahaan, perusahaan sebelum memerikan kepuasan wajib mendalami kebutuhan serta keinginan konsumen terkini dan diwaktu mendatang. Intinya tujuan bisnis yakni melahirkan kepuasaan konsumen, sebab dengan lahirnya kepuasan diharapkan konsumen kembali lagi untuk memakai produk perusahaan tersebut.

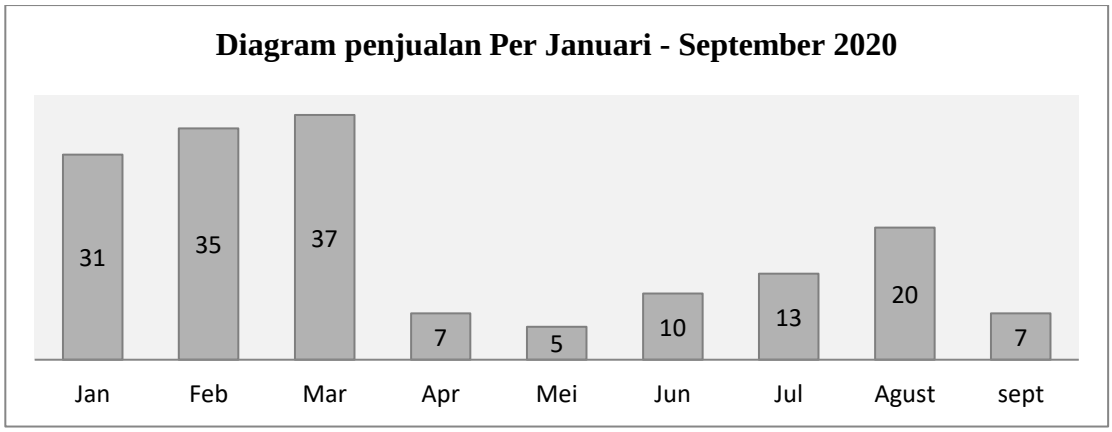
PT Rodamas Makmur Motor (RMM) Batam di resmikan pada tanggal 03 November 2012, yang berlokasi tepatnya di Jalan Yosudarso, Sei Baloi, Batam. PT Rodamas Makmur Motor Batam merupakan perusahaan yang bergerak disektor jasa bagian penjualan sepeda motor dan mobil. Tersedianya Dealer RMM-Batam ialah hal terpenting guna merekatkan Suzuki pada pelanggan dan konsumen diwilayah Batam dan sekitarnya. Dicitakan agar pelanggan lebih gampang guna memeroleh layanan penjualan, serta guna memperbesar *market* Suzuki di wilayah Batam dan sekitarnya. Penuh harapan supaya pelanggan mudah memeroleh layanan penjualan. Berikut dilampirkan data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari - September 2020.

**Tabel 1.1** Data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari - September 2020

| Bulan | Penjualan/bulan |
|---|---|
| Januari | 31 |
| Februari | 35 |
| Maret | 37 |
| April | 7 |
| Mei | 5 |
| Juni | 10 |
| Juli | 13 |
| Agustus | 20 |
| September | 7 |
| Total | 165 |

**Sumber**: PT Rodamas Makmur Motor Batam (2020)

Digambarkan dalam bentuk diagram batang, dimana terdapat penurunan jumlah penjualan produk sepeda motor Suzuki terhitung dari Januari hingga September 2020.




Dalam kegiatan operasional di PT Rodamas Makmur Motor, munculnya permasalahan. Kualitas Produk belum memenuhi standar kepuasan, terlihat konsumen seringnya mengeluhkan tentang aki motor yang tidak berfungsi ketika pengambilan motor baru, sering terdapat lecet *body* motor baru, sulitnya mendapatkan produk *sparepate* Suzuki yang asli dibengkel-bengkel selain bengkel

resmi Suzuki. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga memengaruhi kepuasan konsumen. Penerapan pelayanan di PT Rodamas Makmur Motor Batam masih jauh kurangnya dari standar pelayanan, ketika konsumen mengorder *sparepate* Suzuki harus menunggu waktu sekitar 1 bulan. Konsumen yang mengkritik tentang pelayanan, dikarenakan pelayanan yang masih kurang dalam menjalin komunikasi yang baik kepada konsumen.

Relevan latar belakang terlampir, penulis termotivasi mengambil judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM".**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Relevan penjabaran di atas, penulis menetapkan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Dalam pembelian sepeda motor baru, sering ditemukan aki motor yang mati.
2. Sering terdapat lecet di *body* motor baru.
3. Sulitnya mendapatkan sparepate asli Suzuki di selain bengkel resmi Suzuki.
4. Dalam pelayanan mengorder *sparepate* produk suzuki harus menunggu waktu sekitaran 1 bulan.

## 1.3 Batasan Masalah

Relevan dengan identifikasi masalah, penulis memberi batasan masalah agar tidak menyebar, dan fokus serta arah pembahasan lebih tegas, agar tidak berlawanan dari tujuan yang diharapkan. Adapun batasan masalah penelitian ini yaitu:

1. Variabel *independent* nya yakni kualitas produk dan kualitas pelayanan.
2. Variabel *dependent* nya yakni kepuasan konsumen.
3. Objek penelitian ini yakni konsumen PT Rodamas Makmur Motor Batam.

## 1.4 Rumusan Masalah

Relevan identifikasi masalah, ditetapkanlah rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah yang dijabarkan, tujuan yang bisa dicapai penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1.6.1 Aspek Teoritis

Guna pengkajian ini yakni memerikan manfaat wawasan terutama yang berkaitan jasa otomotif yang berhubungan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

### 1.6.2 Aspek Praktis

1. **Bagi Perusahaan**

   Untuk memberikan penjabaran, penyelesaian, dan acuan rekomendasi untuk jasa otomotif ketika akan memilih langkah/keputusan guna memaksimalkan minat pelanggan.

2. **Bagi Universitas Putera Batam**

   Penelitian diharapkan memperluas sumber yang berguna teruntuk perpustakaan Universitas Putera Batam.

**3. Bagi Peneliti**

Memaksimalkan pengetahuan dari penelitian memiliki pengaruh saat pelanggan sedang dilayani, kualitas produk, dan kualitas pelayanan hingga konsumen memutuskan memakai jasa tersebut.

UPB

Universitas Putera Batam

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Teori Dasar

### 2.1.1 Kualitas Produk

#### 2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kecakapan produk guna menyalurkan hasil/kinerja yang relevan bahkan melampaui dari segala keinginan konsumen disebut kualitas produk. Keseluruhan sesuatu bisa ditawarkan ke pasar guna meraih kepedulian, dipakai, serta dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan konsumen (Farah Diza, 2016: 111). Kualitas produk yakni kecakapan barang guna memerikan keunggulan dan kesesuaian utilitas pada pelanggan bahkan melampaui dari yang diinginkan pelanggan (Cahyani Gita & Sitohang, 2016: 4). Kualitas produk yakni kaitan erat dengan kekuatan produk guna melangsungkan fungsinya, mencakup fisik produk, kecakapan, ketepatgunaan, keleluasaan memakai serta reparasi (Muhajirin, 2020: 198). Kualitas produk yakni keadaan terkait produk mencakup barang ataupun jasa yang mahir melahirkan kegunaan saat pemenuhan kebutuhan atau melewati harapan konsumen (Raktion, 2018: 791).

Kualitas produk adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu produk baik barang maupun jasa yang mampu menghasilkan manfaat dalam memenuhi kebutuhan atau melebihi harapan yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Selanjutnya menurut (Jefry & Syaifullah, 2020: 163) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Selanjutnya menurut (Hendrianto, Natalisa, & Eka, 2018: 178) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang mempunyai manfaat bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan komsumen.

Kualitas produk ialah kemahiran produk guna mempresentasikan fungsinya, hal mencakup manfaat waktu produk, kemahiran, serta keringanan saat pemakaiannya (Lesmana & Ratnasari, 2017: 118). Kualitas produk ialah penggabungan keseluruhan kriteria produk hasil pemasaran, serta perlindungan hingga bisa dipakai sesuai kebutuhan konsumen (Simanjuntak & Purba, 2020: 317). Relevan uraian pandangan para ahli, disimpulkan kualitas produk yakni besaran baik dan buruknya yang menempel di produk sehingga produk itu memiliki kemampuan untuk konsumen, produk berkualitas baik pasti berdampak baik pula pada kepuasan konsumen.

#### 2.1.1.1 Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk (Z. Harahap, Leonandri, & Dkk, 2020: 123) yakni:

1. Kinerja, terkait dengan ciri khusus pengoperasian mendasar produk.
2. Daya tahan, seberapa tahan produk terkait menetap sebelum digantikannya produk itu. Makin tinggi keseringan pemakaian pada produk, makin tinggi pula daya produk.

3. Keserupaan dengan spesifikasi, seberapa jauh ciri khusus produk melengkapi spesifikasi tertentu.
4. Fitur, ciri produk yang dikonsepkan guna memenuhi peranan produk atau meninggikan motivasi konsumen terhadap produk.
5. Reliabilitas, peluang produk akan saat memenuhi kepuasan serta bisa diandalkannya produk tersebut.
6. Estetika, terkait bagaimana wujud produk.
7. Kesan kualitas, hasil dari pemakaian penaksiran yang dilangsungkan yang memungkinkan konsumen kurang pahamnya informasi atas produk.
8. Servis, mencakup kecekatan dan keleluasaan melangsungkan perbaikan, serta kepandaian dan keramah tamahan pegawai.

#### 2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk

Indikaator kualitas produk (Hendrianto *et al., 2*018: 178) adalah :

1. Spesifikasi Produk
2. Kinerja Produk
3. Penampilan Produk

### 2.1.2 Kualitas Pelayanan

#### 2.1.2.1 Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yakni ulasan intelektual konsumen atas pelimpahan jasa suatu perusahaan (Agung & Mas, 2016: 8204). Pelayanan ialah tiap perlakuan yang ditawari pihak lain, lazimnya tidak kasat mata serta bukan kepemilikan siapapun (Cahyani Gita & Sitohang, 2016: 5). Kualitas pelayanan yakni keseluruhan bentuk barang/jasa yang melahirkan kecakapannya guna memuaskan pelanggan (Syafrina & Akbar, 2019: 181).

Kualitas pelayanan ialah gambaran yang menjabarkan keadaan pelanggan berbentuk angan pada pelayanan bersumber pengetahuan masa lampau, *word of mouth*, dan iklan dengan memadankan layanan yang diharapkan terhadap yang diterima (Rendy Gulla, 2015: 1315). Kualitas pelayanan ialah besaran harapan keistimewaan serta pengawasan terhadap tingkat keistimewaan guna pemenuhan kebutuhan konsumen (Moha & Loindong, 2016: 577). Kualitas pelayanan ialah layanan yang didistribusikan ke konsumen supaya bisa mencukupi harapannuya sebab tersedianya kualitas bagus (Erlinda & Kurniawan, 2020: 4). Kualitas pelayanan yakni dilakukannya oleh perusahaan jasa pelayanan guna melunasi harapan konsumen (Farah Diza, 2016:111).

Menurut (Mardizal, Utami, & Dkk, 2017: 129) kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Selanjutnya menurut (Syaiful Aswad, Realize, & Wangdra, 2018: 79) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Selanjutnya menurut (Khatab, Esmaeel, & Othman, 2019: 866) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian layanan klien umum; sementara ilmuwan lain menunjukkan bahwa layanan klien merupakan perluasan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan klien.

Menurut (Maramis, Sepang, & Dkk, 2018: 1660) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Relevan uraian pandangan para ahli, disimpulkan kualitas pelayanan ialah unsur penting sebagai penentu perusahaan untuk mengendalikan diri saat melayani konsumen agar memenuhi keinginan konsumen.

#### 2.1.2.2 Prinsip-prinsip Kualitas pelayanan

Enam prinsip kualitas pelayanan (Cahyani Gita & Sitohang, 2016: 5) yakni:

1. Kepemimpinan
2. Pendidikan
3. Perencanaan

4. *Review*
5. Komunikasi
6. Penghargaan dan pengakuan

**2.1.2.3 Indikator Kualitas pelayanan**

Ukuran pelayanan maksimal terpapar pada indikator dibawah ini (Erlinda & Kurniawan, 2020: 4) yakni:

1. Kemahiran
2. Daya tanggap
3. Kepercayaan
4. Tenggang rasa
5. Kasat mata

### 2.1.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yakni rasa bahagia/sedihnya yang terlahir akibat memadankan kinerja dengan ekspetasi (Freekley Steyfli Maramis, 2018: 1661). Kepuasan konsumen yakni situasi konsumen yang terpuaskan maupun yang belum sesudah meraih harapan terhadap tersedianya menu, harga, fasilitas dan pelayanan (Nugroho, Sunarso, & Dkk, 2016: 365). Kepuasan konsumen yakni besaran reaksi seseorang sesudah memadankan (kinerja/hasil) yang dirasakan dipadankan dengan harapannya (Purnama, 2018: 142).

Kepuasan konsumen sebagai tanda yang dipergunakan konsumen guna memangkas kumpulan tindakan yang terlihat berkenaan dengan produk atau jasa (Purnama, 2018: 142). Kepuasan konsumen ialah respon kesenangan atau kekecewaan seseoarang sesudah memadankan persepsi terhadap hasil suatu produk serta kesesuaian dengan harapannya (mardizal, 2017: 128). Relevan uraian pandangan para ahli, disimpulkan kepuasan konsumen sebagai ukuran reaksi seseorang yang memerikan penilaian terhadap pelayanan sepadan dengan harapannya.

#### 2.1.3.1 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen mencakup (Tan & Putu, 2020: 111) :

1. Kemiripan keinginan
2. Keminatan datang berulang
3. Ketersediaan mempromosikan

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu dipaparkan agar memerikan rangsangan pada teori terdahulu.

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian dan Tahun Penelitian | Judul Penelitian | Variabel | Hasil |
|---|---|---|---|---|
| 1 | (Khatab et al., 2019) | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan: Bukti dari Sektor Publik dan Bank Sektor Swasta di Kurdistan / Irak | X1: Kualitas Pelayanan<br>Y: Kepuasan Pelanggan | Kualitas pelayanan memengaruhi kepuasaan pelanggan |
| 2 | (Farah Diza, 2016) | Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT. Fifgroup cabang Manado) | X1: Kualitas Pelayanan<br>X2: Kualitas Produk<br>X3: Kepercayaan<br>Y: Kepuasan Konsumen | Kualitas produk dan kepercayaan memengaruhi secara simultan kepuasan konsumen. |
| 3 | (Cahyani Gita & Sitohang, 2016) | Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen | X1: Kualitas Produk<br>X2: Kualitas Pelayanan<br>X3: Harga<br>Y: Kepuasan Konsumen | Secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga memengaruhi Kepuasan Konsumen. |
| 4 | (Moha & Loindong, 2016) | Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado | X1: Kualitas Pelayanan<br>X2: Fasilitas<br>Y: Kepuasan Konsumen | Kualitas pelayanan dan fasilitas memengaruhi kepuasan konsumen. |

**Tabel 2.2** Lanjutan

| No | Penelitian dan Tahun Penelitian | Judul Penelitian | Variabel | Hasil |
|---|---|---|---|---|
| 5 | (Agung & Mas, 2016) | Peran *perceived value* memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen | X1: *Perceived Value*<br>X2: Kualitas Pelayanan<br>Y: Kepuasan Konsumen | Variabel *Perceived Value* memengaruhi kepuasan konsumen dan variabel Kualitas Pelayanan, memengaruhi kepuasan konsumen. |
| 6 | (Amelia Septian Aryamti, 2019) | Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek pada kepuasan pelanggan klinik kecantikan | X1: Kualitas Produk<br>X2: Kualitas Pelayanan<br>X3: Citra Merek<br>Y: Kepuasan Pelanggan | Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memengaruhi kepuasan pelanggan. |
| 7 | (Syafrina & Akbar, 2019) | Pengaruh kualitas pelayanan banquet terhadap kepuasan konsumen pada Labersa Grand Hotel Convention Centre Siak Hulu Kampar | X1: Kualitas pelayanan<br>Y: Kepuasan Pelanggan | Kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen. |
| 8 | (Mardizal et al., 2017) | Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada golden futsal simpang haru, padang | X1: Kualitas pelayanan<br>X2: Harga<br>X3: Promosi<br>Y: Kepuasan konsumen | Kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan memengaruhi kepuasan konsumen. |
| 9 | (Syaiful Aswad, Realize, & Wangdra, 2018) | Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Centre | X1: Harga<br>X2: Kualitas pelayanan<br>Y: Kepuasan Konsumen | Harga dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen. |

## 2.3 Kerangka Pemikiran

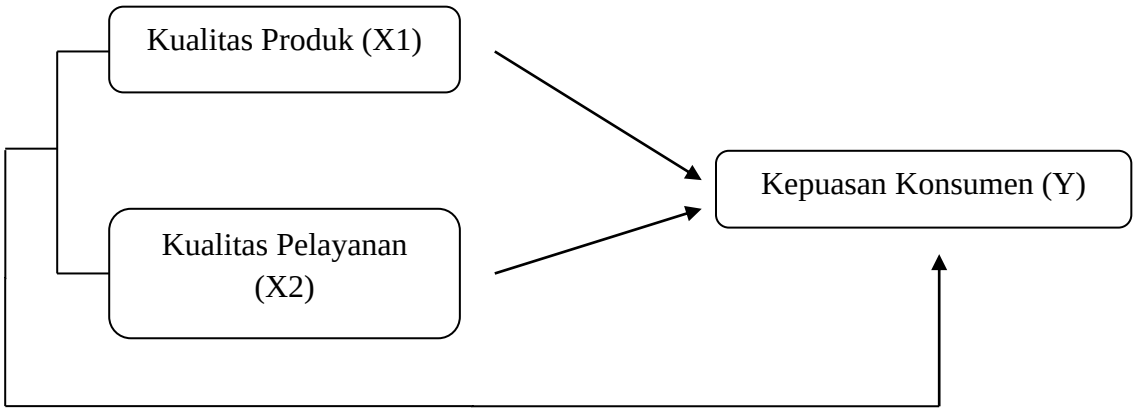
Terdiri dari kepuasan konsumen selaku variabel dependent, kualitas produk dan kualitas pelayanan selaku variabel independent secara runtut yakni:

### 2.3.1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Kesimpulan penelitian (Muhajirin & Jumaidin, 2020: 201) mengutarakan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk berkaitan erat dengan kekuatan produk untuk melaksanakan fungsinya, mencakup fisik produk, kecakapan, ketepatgunaan, keleluasaan memakai serta reparasi. Kualitas produk menjadi sebuah keadaan terkait produk mencakup barang ataupun jasa yang dapat melahirkan kegunaan saat pemenuhan kebutuhan atau melewati harapan konsumen.

### 2.3.2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Kesimpulan penelitian (Farah Diza, 2016: 118) mengutarakan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan memengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dilakukn oleh perusahaan jasa pelayanan guna melunasi harapan konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.




**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran
**Sumber:** Peneliti (2020)

## 2.4 Hipotesis

Relevan kerangka pemikiran yang terlampir, ditetapkanlah hipotesis penelitian ini yakni:

H1: Diduga Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasa Konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

H2: Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

H3: Diduga Kualitas Produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Rodamas makmur Motor Batam.

UPB

Universitas Putera Batam

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1 Desain Penelitian

Siasat yang disiapkan peneliti guna memeroleh data, lalu dipergunakan guna meneliti hipotesis disebut juga desain penelitian (Sanusi, 2011: 13). Desain penelitian juga dapat disebut rancangan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan secara *causal komperatif* yang mana penelitian dengan kekhususan masalah berkenaan keterkaitan antara variabel bebas serta variabel terikat guna meneliti bagaimana kualitas produk, dan kualitas pelayanan dapat memaksimalkan kepuasan konsumen.

## 3.2 Operasional Variabel

Operasional yakni petunjuk yang menginformasikan peneliti untuk menjabarkan cara mengukur variabel secara konkret. Menyusun definisi operasional ialah langkah wajib bagi peneliti sebelum mengukur variabel yang dilayangkan dalam bentuk pertanyaan. Peneliti juga harus menjabarjan hipotesis sesuai gambaran yang rill dilokasi penelitian (Sudaryono 2019: 168).

### 3.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas memengaruhi variabel lain sering disebut variabel *independent* dimana memiliki hubungan sebab akibat. Variabel *independent* ialah penyebabnya serta variabel *dependent* berupa akibat. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2).

### 3.2.2 Variabel Dependen

Lazimnya disebut dengan variabel terikat dan tidak bisa berdiri sendiri, yaitu variabel yang disebabkan variabel *independent*. Selain itu variabel ini juga kerap berubah. Variabel *dependent* (Y) penelitian ini ialah kepuasan konsumen.

Berikut variabel penelitian tertera ditabel berikut:

**Tabel 3.1** Indikator Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skala |
|---|---|---|---|
| Kualitas Produk (X1) | Kualitas produk ialah keadaan dinamis produk /barang yang mengantongi manfaat bagi konsumen sesuai harapannya. | 1. Spesifikasi produk<br>2. Kinerja produk<br>3. Kualitas produk | Likert |
| Kualitas pelayanan (X2) | Kualitas pelayanan ialah layanan yang didistribusikan ke konsumen untuk memenuhi harapannya karena hadirnya kualitas bagus. | 1. Kehandalan<br>2. Daya tanggap<br>3. Kepercayaan<br>4. Tenggang rasa<br>5. Kasat mata | Likert |
| Kepuasan Konsumen (Y) | Kepuasan konsumen ialah perasaan senang/kecewa yang berasal dari yang diharapkan terhadap kenyataan. | 1. Kemiripan keinginan<br>2. Keminatan datang berulang<br>3. Ketersediaan mempromosikan | Likert |

**Sumber:** (Hendrianto *et al.*,2018: 178)**,** (Erlinda & Kurniawan, 2020: 4)**,** (Tan & Putu, 2020: 111)

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Segolongan orang yang berciri menyerupai di suatu wilayah dan waktu tertentu disebut populasi (Sudaryono 2018: 173) . Berkaitan dengan keterbatasan dan beberapa alasan, peneliti hanya dapat memutuskan sebagian yang ingin dijabarkan,

diramalkan dari populasi tersebut. Populasi penelitian ini ialah konsumen PT Rodamas Makmur Motor Batam periode Januari-September 2020 sebanyak 165 konsumen.

### 3.3.2 Sampel

Sektor dari ukuran dan karakteristik populasi dapat disebut sampel. Teknik sampel jenuh akan diambil sebagai sistem penentuan sampel dalam penelitian ini. Karena anggota populasi (kelompok yang tidak diketahui) maka guna mencukupi keakuratan hasil kompilasi indeks. Sampel diambil dari keseluruhan populasi dengan memakai teknik  jumlah sebanyak 165 responden. Disimpulkan sampel berjumlah 165 responden.

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik penghimpunan ini mencari data primer dan data sekunder. Teknologi penghimpunan data sebagai tonggak bagi keberhasilan penelitian, karena misi terpenting dalam penelitian ialah memeroleh data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan penulis yakni pernyataan yang diutarakan kepada responden berbentuk kuesioner.

### 3.4.1 Kuesioner

Kuesioner berupa siasat pengelompokan data dengan memerikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tulisan pada responden. Jika peneliti benar-benar mengetahui variabel yang hendak di ukur dan variabel yang diidamkan oleh responden, maka kuesioner ialah siasat pengumpulan data terefektif.

Selain itu, jika jumlah responden cukup banyak serta kuesioner juga sepadan. Kuesioner terdiri atas pertanyaan atau pernyataan terbuka atau publik, didistribusikan tatap muka ke responden, ataupun dikirim melalui *email*/internet. Skala likert yang mengantongi standar sebagai berikut:

**Tabel 3.2** Skala Likert

| Skala Likert | Kode | Nilai |
|---|---|---|
| Sangat setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Netral | N | 3 |
| Tidak setuju | TS | 2 |
| Sangat tidak setuju | STS | 1 |

**Sumber:** (Sanusi, 2011: 60)

Adapun rumus untuk menghitung rentang skala yaitu :

$$RS = \frac{n\,(m-1)}{m}$$

**Rumus 3.1** Rentang Skala

**Sumber:** (Umar, 2011: 164)

Keterangan: n = total sampel

m = total pilihan jawaban per item

Memastikan terlebih dahulu mana nilai paling kecil dan paling besar dalam mengakumulasikan rumus diatas. Jumlah sampel 165 responden dengan 5 total pilihan jawaban. Sesuai acuan rumus diatas, didapatkan per kriteria ialah:

$$RS = \frac{165\,(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{165\,(4)}{5} = 132$$

Kontribusi terhadap hasil yang diperoleh yaitu:

**Tabel 3.3** Rentang Skala

| No. | Rentang Skala | Kriteria |
|---|---|---|
| 1. | 165 – 297 | Kurang Baik |
| 2. | 298 – 430 | Cukup Baik |
| 3. | 431 – 563 | Netral |
| 4. | 564 – 696 | Baik |
| 5. | 697 – 829 | Sangat Baik |

**Sumber:** Peneliti (2020)

## 3.5 Metode Analisis data

Teknik dipakai ialah analisis kuantitatif, dimana menemukan dampak variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Sesudah menghimpun data dari keseluruhan responden, dilaksanakanlah analisis data. Sesudah memeroleh data dari sampel yang representatif dari populasi, prosedur selanjutnya yakni menganalisanya guna meneliti hipotesis penelitian. Analisis data yang tertera dalam skripsi ini didapati memakai program SPSS 25.

### 3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dipergunakan menganalisa data dengan menjabarkan data yang terhimpun atau secara langsung memerikan bayangan obyek yang ditelaah memakai sampel atau data keseluruhan. Analisis data yang dipakai ialah hasil tanggapan kuesioner yang didistribusikan ke konsumen PT Rodamas Makmur Motor Batam, hasil kuesioner hendak di olah dengan statistik deskriptif guna menggali data responden.

## 3.6 Uji Kualitas Data

Kemudian memakai uji validitas dan reliabilitas guna menganalisa data yang didapatlam. Penelitian ini memakai kuesioner sebagai tolak ukur penelitian, Jadi mengharuskan dilaksanakan uji validitas dan reliabilitas bersumber kuesioner yang dipakai.

### 3.6.1 Uji Validitas Data

Validitas ialah indeks mengukur derajat kesempurnaan sarana. Jika instrumen dipakai sebagai alat ukur yang secara akurat bisa mengukur kondisi narasumber, maka instrument tersebut efektif. Pengujian ini memakai uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Standar pengujiannya yakni (Sudaryono, 2019: 363) :

1. Jika $r^{hitung} > r^{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,000) maka instrumen berkorelasi signifikan dengan skor total (valid).
2. Jika $r^{hitung} < r^{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,000) maka instrumen tidak berkorelasi signifikan dengan skor total (tidak valid).

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilaksanakan melewati konsistensi internal, yakni dengan meneliti instrument satu kali, lalu meneliti hasil yang didapati melalui teknik tertentu. Hasil analisis digunakan guna meramalkan reliabilitas instrumen. Menurut Sudaryono (2019: 368) suatu instrumen atau jika nilai koefisien reliabel *Cronbach's Alpha* dari variabel tersebut > 0.60 maka variabel diakui reliabel.

## 3.7 Uji Asumsi Klasik

Pengujian tersebut tertera beberapa pengujian yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas. Sebagian arti utama dari setiap uji dijabarkan di bawah ini.

### 3.7.1 Uji Normalitas Data

Lakukan uji normalitas guna menyimpulkan data yang didapati dari populasi yang distribusinya normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika berdistribusi normal. Residu dari distribusi normal membentuk kurva, yang mana jika digambar menjadikan kurva menyerupai lonceng (*bell-shaped curve)*. Kita bisa memakai *Histogram Regression Residual* standar, analisis Chi Square serta Nilai Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas. Jika kondisi terwujud, nilai sisa terstandarisasi diakui normal jika: Kolmogorov-Smirnov $Z < Z^{tabel}$ atau Sig > α ; sig > 0.05 (Sudaryono, 2019 :32).

### 3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas guna meneliti model regresi membentuk hubungan antara variable independen atau tidak. Uji Multikolinieritas pengujian memakai *Examination of partial correclation* dilaksanakan dengan memadankan koefisien determinasi total (R2) dengan nilai koefisien korelasi parsial seluruh variabel independent. Jika koefisien determinasi R2 > nilai koefisien korelasi parsial semua variabel independen, maka tidak didapati gejala multikolinearitas.

### 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Masalah heteroskedastisitas berarti variabel dalam model yang tak sama terindikasi bervarian. Fenomena ini dijabarkan karena pada model, varian residual pada penelitian model regresi tidak sama. Dikatakan bahwa model mengandung masalah heteroskedastisitas, artinya variabel dalam model memiliki varian yang berbeda-beda, dan diperlukan uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah gejala tersebut ada. Digunakan uji *Park Glejser*, mengaitkan residual absolut dengan variabel independen. Jika nilai signifikan hasil nilai probabilitas < dari nilai alpha (0.05), maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Sudaryono, 2019: 382).

## 3.8 Uji Pengaruh

### 3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda lazimnya ialah kelanjutan regresi linear sederhana, yakni dengan menambah jumlah variabel bebas (Sudaryono (2019: 386). Regresi berganda dapat disimbolkan berikut:

$$Y' = a + b1X1 + b2X2 + bnXn$$

**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** ((Wibowo, 2012: 127)

Keterangan: Y = Kepuasan Konsumen

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X1 =Kualitas produk

X2 = Kualitas pelayanan

### 3.8.2 Analisis Determinasi (R2)

Determinasi ini dipakai untuk mencari tahu persentase dari variabel independen dalam suatu model regresi yang secara bersamaaan maupun koleksi memengaruhi variabel dependen. $R^2$ menampilkan persentase dari pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Niai $R^2$ ada diantara 0 dan 1. Jika nilainya mengarah 1, variabel independen memerikan nyaris seluruh informasi guna meramal variabel dependen, atau poin yang menampilkan kecakapan yang lebih kuat guna memperjelaskan pertukaran dari variabel independen ke variabel dependen. Tunjukkan bentuk dalam program SPSS dengan mengamati besaran *Adjusted* R2 yang telah disesuaikan pada *model summary.*

### 3.8.3 Uji T

Lakukan pengujian ini terhadap koefisien regresi (uji parsial) guna meneliti apakah variabel indenpenden berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$ **Rumus 3.3** Uji t

**Sumber:** Sugiyono (2017 : 165)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka $H_0$ diterima dan $H_1$ ditolak.

### 3.8.4 Uji F

Menurut Sudaryono (2019: 361) uji F ini guna menyadari variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Rumus guna mencari f hitung yakni:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$ **Rumus 3. 3** Uji F

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka $H_0$ diterima dan $H_a$ ditolak.

## 3.9 Lokasi dan jadwal penelitian

### 3.9.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di PT Rodamas Makmur Motor Batam yang berlokasi di Jln Yos Sudarso, Sei Baloi, Batam.

### 3.9.2 Jadwal penelitian

**Tabel 3.4** Jadwal Penelitian

| No | Nama Kegiatan | Agustus | | | | September | | | | Oktober | | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan Judul Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Bab I | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Bab II | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Bab III | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Kuisioner | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Mengolah Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Bab IV-V | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Kesimpulan dan Penuntasan Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

**Sumber:** Peneliti (2020)