

Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Author:

**Lasrudi Satria Sedek
Hutagalung¹
Lisa Lisa²**

Affiliation:

¹Manajemen Pemasaran
Internasional, Politeknik
Cendana, Medan,
Indonesia,

²Program Studi
Manajemen Perusahaan,
Politeknik Cendana,
Medan

Corresponding email

lisazhang185@gmail.com
lasrudih@gmail.com

Histori Naskah:

Submit: 18-04-2025
Accepted: 01-05-2025
Published: 17-07-2025



*This is an Creative Commons
License This work is licensed under
a Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International
License*

Abstrak:

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Alfa Scorpii. Tujuan penelitian untuk menjelaskan apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen PT. Alfa Scorpii. Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif sehingga dapat menjelaskan dengan angka dan menggunakan teknik sampling purposive dan menggunakan kuesioner online dengan sampel 42 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling* jenuh dimana keseluruhan anggota populasi dipilih sebagai sampel penelitian. Analisis data menggunakan uji regresi berganda. Implikasi pada penelitian ini yakni bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. kedepannya diharapkan PT. Alfa Scorpii harus mempertahankan kualitas pelayanann dan kualitas produk yang diberikan dan melakukan sesuatu yang lebih inovatif terkait dengan kepuasan konsumen. PT. Alfa Scorpii ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan, Jualan sepeda motor, s'part dan menjual jasa perbaikan khusus yamaha. Kendala yang dihadapi PT. Alfa Scorpii Medan bagaimana memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk kepada konsumen agar konsumen puas dengan pelayanan dan produk yang ada di PT. Alfa Scorpii Medan. Dikarenakan terdapat masalah beberapa kualitas pelayanan dan produk yang kurang baik sehingga membuat konsumen ragu untuk membeli produk tersebut dan beralih ke pesaingnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan daya saing dan menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Kata kunci: Kualitas ,Pelayanan ,Produk ,Kepuasan ,Konsumen

Pendahuluan

Dalam perkembangan dan persaingan bisnis yang semakin ketat yang ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan selaku produsen yang menghasilkan produk yang sejenis dengan kelebihan yang berbeda, sehingga menuntut manajemen perusahaan harus lebih cermat dalam menentukan strategi apa yang harus diterapkan untuk menjaga eksistensi, mempertahankan dan meningkatkan keuntungan serta menghasilkan produk yang lebih unggul. Manajemen pun dituntut untuk selalu memiliki inovasi baru dalam mengimplementasi strategi pemasaran yang mampu menciptakan ketertarikan konsumen. Namun demikian konsumen akan membeli suatu produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga dari kualitas produk tersebut. Fenomena yang terjadi saat ini persaingan bisnis yang semakin ketat mengakibatkan perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar dapat berkembang. Berbagai upaya dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti pelatihan karyawan, pengembangan fasilitas, dan peningkatan responsivitas terhadap kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT ALFA

SCORPII (SENTRAL YAMAHA MEDAN) . Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan daya saing dan menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Kualitas pelayanan memiliki peran yang penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang terbentuk para pelanggan juga membentuk suatu harapan dan nilai berdasarkan hal itu.

Kualitas pelayanan menurut Lovelock dalam Arief (2020:131) mengemukakan suatu gagasan menarik tentang bagaimana suatu produk bila ditambah dengan pelayanan akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat pada perusahaan dalam meraih profit bahkan untuk menghadapi persaingan. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Arief(2020:29) Agar produk yang ditawarkan dipasar tampak beda dari produk pesaing biasanya perusahaan akan memberikan suatu nilai tambah tertentu pada produknya. Sehingga tercipta suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk memenangkan persaingan didalam era globalisasi. Menurut (Arief,2020:167) Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan, terutama dalam era globalisasi.

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Pendapat lain mengenai pelanggan diungkapkan oleh Naumann dan Giel dalam Arief (2020:164) yang mendefinisikan nilai pelanggan terdiri atas kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berdasarkan elemen. Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan pilar yang dapat mendukung tingkat harga. Akan tetapi, Kualitas produk dan pelayanan tidak hanya dapat dinilai dengan ukuran baik dan buruk.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk memahami fenomena atau masalah. Pendekatan ini berfokus pada pengukuran objektif, data terstruktur, dan generalisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas. Penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut (Shayari, 2022), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik.

Hasil Analisis Data Penelitian

Menurut Arikunto (2020) dalam (Muslimin, 2021) berpendapat bahwa validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Uji validitas berguna untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner, apakah item-item dalam kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur.

Rumus uji validitas eksternal sebagai berikut :

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi item total / Bivariate (Pearson) Correlation

y = skor item

x = skor total

Menurut sugiyono dalam (Iii & Penelitian, 2019) Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari indikator yang ada dalam kuesioner. Data yang tidak reliabel, tidak dapat diproses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang di nilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan diuji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. Cronbach's alpha yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya.

Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

- A. *Cronbach's alpha* < 0,6 = Reliabilitas buruk.
- B. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = Reliabilitas diterima.
- C. *Cronbach's alpha* > 0,8 = Reliabilitas baik.

Menurut Ghozali (2021 : 196) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal.

Program SPSS menggunakan liliefors test dan one sample Kolmogorov–Smirnov. Penulis menggunakan teknik one sample Kolmogorov–Smirnov yang hasil ujinya dinyatakan normal apabila hasil uji dengan menggunakan program SPSS menunjukkan signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

Menurut Ghozali 2019 dalam (Produktivitas et al., 2022) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Arch. Uji Arch adalah meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang berhubungan dengan variabel bebas lainnya. Dalam hal ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0.10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018:111).

Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. jika tidak ada pola yang jelas, serta titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

Ghozali dalam (budiman, 2020) menyatakan bahwa uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang konstan.

Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05 bentuk pengujian nya adalah :

1. Jika nilai signifikansi lebih kecil (<) 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi lebih besar (>) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Menurut Ghozali 2018:98 dalam (Iii, 2019) Uji secara Simultan (Uji-F) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (variabel bebas) secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat). Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan yaitu sebagai berikut :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha = 5\%$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel independen (variabel bebas) secara bersama-sama mempengaruhi variabel-variabel dependen (variabel terikat).
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha = 5\%$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel independen (variabel bebas) secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel-variabel dependen (variabel terikat).

Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda yaitu:

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constanta	29.366	1.358
Kualitas Pelayanan	.090	.006
Kualitas Produk	.658	.043

Sumber: Data diolah 2024

Kepuasan Konsumen = 29.336+0.90+658

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah :

1. Nilai konstanta sebesar 29.339 yang merupakan keadaan saat variabel Kepuasan Konsumen (Y) belum dipengaruhi variabel yang diteliti yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas produk (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Kepuasan Konsumen tidak akan mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0.090 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Pelayanan (X1) maka akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.090, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Nilai koefisien regresi untuk Kualitas Produk (X2) sebesar 0.658 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Produk (X2) maka akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.658, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Alfa Scorpii

Hasil penelitian hipotesis secara parsial bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT.Alfa Scorpii (SENTRAL YAMAHA MEDAN) dengan kata lain bahwa memenuhi sesuai keinginan konsumen dan melayani dengan sopan ramah, maka akan semakin meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian dan kepuasan konsumen terpenuhi. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Arief 2020 Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Alfa Scorpii

Hasil penelitian hipotesis secara parsial bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Alfa Scorpii (SENTRAL YAMAHA MEDAN) dengan kata lain bahwa produk yang kita pasarkan berkualitas dan varian tipe dan warna banyak dan menarik, maka akan meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian dan kepuasan konsumen terpenuhi. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan. Arief 2020 Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Alfa Scorpii (SENTRAL YAMAHA MEDAN).
2. Secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Alfa Scorpii (SENTRAL YAMAHA MEDAN).
3. Secara simultan, Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Alfa Scorpii (SENTRAL YAMAHA MEDAN).

Referensi

- Arief. (2020). Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Bab IV Sifat-Sifat Khusus Pemasaran Jasa, 131
- Arief. (2020). Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Bab II Jasa dan Pemasaran Jasa, 29
- Arief.(2020). Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Bab VII Kepuasan Konsumen ,167
- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Kfcarjuna Medan Perjuangan). *Niagawan*, 11(1), 37. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i1.32678>
- Armasaid, D. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Member Dengan Armasaid, D. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Member Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel I. *Bab III Metode Penelitian*, 1, 1–9. [http://repository.stei.ac.id/5476/4/BAB III.pdf](http://repository.stei.ac.id/5476/4/BAB%20III.pdf)
- Dalam, W. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Karenina, E. L. V. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Quoka Coffee Surabaya)*. 8(4), 180–191. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/5879%0Ahttp://repository.upnjatim.ac.id/5879/7/18024010069.-daftar pustaka.pdf>
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1699–1721. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/issue/view/19>
- Laksana. (2019). Pemasaran adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi produk barang atau jasa. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Rupantra. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Susu Kedelai Ud Pak Suroto Berastagi. *Digital Repository Universitas Quality Berastagi*, 5–30.

- Silvana, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Pop Di Bandar Lampung. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institute Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung*, 1, 10–17. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65><http://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864><http://dx.doi.org/10.1155/2015/420723><http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Syari, F. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.