

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK JUNGHEIRICH PADA CUSTOMER PT. KOBEXINDO EQUIPMENT DI SURABAYA

Fefe Ali Sugito¹ Gamaliel Santoso Putra² Rachman Yustiawan³ Buana Ma'ruf⁴
STIE IBMT Surabaya
Email : dinovolensia@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling.. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya ada hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, Terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan, dan antara kualitas produk dan kualitas layanan yang paling berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study on the impact of product quality research and quality of service to customer satisfaction the research is quantitative research on the survey. The use of sampling technique data purposive ..This research result indicates the is a positive relationship between product quality, with customer satisfaction there is a positive connection between the quality service with customer satisfaction, and the product quality and quality of service most of satisfaction to customer is product quality

Keywords: Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di dunia bisnis membuat persaingan semakin ketat. Ketatnya persaingan ini di tandai dengan munculnya perusahaan – perusahaan yang banyak menawarkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing di pasaran. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan selalu berusaha untuk

mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan mengembangkan usahanya agar mendapatkan laba yang optimal. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk melalui inovasi produk. Inovasi sendiri menurut Burtonshaw-Gunn dalam Aribowo (2018) merupakan penggunaan teknologi dan pengetahuan pasar yang baru dalam rangka menawarkan produk atau baru sesuai dengan keinginan pelanggan.

Kualitas produk akan membuat pelanggan merasa puas dengan hasil yang perusahaan tunjukkan bahwa produk mereka berkualitas. agar kualitas produk dapat dicapai maka perusahaan perlu memiliki standar kualitas cara tersebut yang membuat produk menghasilkan hasil yang memenuhi standar sehingga pelanggan tetap percaya terhadap produk tersebut. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri yang dimiliki produk yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan. Oliver menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar (Oliver, 2007:31). kepuasan pelanggan merupakan suatu tahap dimana kebutuhan, keinginan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pebisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang.

PT Kobexindo Equipment berlokasi di Jl. Raya Juanda Km 3 Sedati-Juanda. Untuk memenuhi kebutuhan pasar perusahaan ini tidak hanya menyediakan fasilitas jasa perbaikan dan penggantian suku cadang untuk forklift, tetapi juga memberikan servis yang lainnya antara lain *reach truck* , *handpallet* , *pallet mover* , dan juga rental forklift. PT Kobexindo berusaha mempertahankan kualitas produk dan kualitas layanannya agar kepuasan pelanggan tetap terpenuhi. Hal ini dilakukan agar mampu bersaing serta lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Kepuasan Pelanggan merupakan cara marketing yang terbaik yang mampu membuat konsumen kembali lagi dan selalu terus menggunakan produk dan jasa PT Kobexindo Equipment. Kualitas pelayanan yang baik adalah cara yang digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para customer adalah pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, dan hasil yang memuaskan sehingga perusahaan perlu memikirkan lagi bagaimana kualitas pelayanan dapat berkembang dengan baik.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009) produk adalah segala sesuatu yang di tawarkan kepada konsumen agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan termasuk fisik, jasa, organisasi, dan ide. (dewi & hidayat, 2015). Menurut Kotler dan Kettler *quality is the totality of future and characteristic of a produk or service that bear on is ability to satisfy stated or implied needs*, yang artinya kualitas adalah bentuk dan ciri dari produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya. Kemampuan termasuk daya tahan, kenadalan, akurasi yang dihasilkan, mudah dioperasikan. (Brata, Husani, & Ali, p. 2006). Kualitas Produk di definisikan sebagai evaluasi dari pelanggan atas kinerja barang yang baik (Mowen dan Minor, 2002). Ambadar et.al (2007) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah hal penting yang perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan. Kualitas Produk berhubungan erat dengan masalah kepuasaan pelanggan yang merupakan tujuan perusahaan. Kualitas merupakan cara utama menunjang keberhasilan suatu produk agar dapat diterima oleh pelanggan.

Kualitas Layanan

Menurut Goetsh dan Davis (1994) (dalam Sugiarto, 1999) kualitas adalah kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa yang memenuhi harapan. Kualitas layanan adalah merupakan tolak ukur seberapa bagusnya layanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggannya (Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra, 2011). Kualitas layanan bisa diwujudkan dengan pemenuhan keinginan dan kebutuhan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas Layanan adalah penilaian atas keunggulan suatu layanan yang telah diberikan secara baik dan menyeluruh (Zeithaml, 1996).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Abdullah (2014) kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan konsumen dari hasil perusahaan yang memenuhi kebutuhan mereka. (Dewi & Hidayat, 2015). Menurut Foetjiawati Dalam (Kotler, 2000) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan sebagai hasil dari produk yang digunakan. Menurut (Zeithaml, et al., 1990)

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari pandangan pelanggan tentang nilai yang diterima dalam satu transaksi dimana nilai sama dengan kualitas layanan yang diberikan dibandingkan dengan nilai dari transaksi dari vendor lain. (Veloso, Magueta, Fernandes, dan Ribeiro, 2017). Kepuasan pelanggan adalah kesan yang positif yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Fokus penelitian pada kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan suatu produk Jungheirich pada Customer PT. Kobexindo Equipment di Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 107 orang. Metode dalam penelitian ini adalah *non*

random sampling dengan tipe *purposive sampling* yaitu peneliti memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada penelitian ini pengujian validitas yang digunakan adalah *content validity* yang di uji oleh *expert judgement* yaitu menguji validitas dengan menggunakan saran dari para ahli berdasarkan teori yang telah digunakan pada penelitian ini (kountur, 2004). Hasil yang diberikan oleh expert judgment menunjukkan bahwa angket yang digunakan pada penelitian ini sudah valid dan sesuai dengan landasan teori.

Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Rentang CITC	Alpha Cronbach
0.321 – 0.783	0.828

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 1, dapat diketahui bahwa alat ukur Kualitas Layanan memiliki nilai *alpha cronbach* 0.828

Tabel 2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Rentang CITC	Alpha Cronbach
0.485 – 0.910	0.849

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2, dapat diketahui bahwa alat ukur Kualitas Produk memiliki nilai *alpha cronbach* 0.849

Tabel 3. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Rentang CITC	Alpha Cronbach
0.230 -0.758	0.724

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3, dapat diketahui bahwa alat ukur Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *alpha cronbach* 0.724

Uji Linearitas

Tabel 4. Uji Linearitas

No	Variabel	Sig	p	Status
1.	Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan	0,121	≤ 0.05	Linier
2.	Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	0,547	≤ 0.05	Tidak Linier

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan Hasil Uji Linearitas pada tabel 4, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan linier tetapi variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan tidak linier.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat hubungan antar masing-masing variable dalam penelitian. Berikut merupakan hasil uji analisis regresi berganda:

Tabel 5. Uji Korelasi variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	R	P
Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan	0,143	0,141

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji korelasi variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan diketahui bahwa nilai r sebesar 0,143 nilai p sebesar 0,141 ($p < 0,005$) yang artinya variabel Kualitas Produk tidak berkorelasi yang signifikan dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

Tabel 6. Korelasi variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	R	P
Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	-0,061	0,532

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil uji korelasi variabel Kualitas Produk dan Minat Beli diketahui bahwa nilai r sebesar $-0,061$ nilai p sebesar $0,532$ ($p < 0,005$) yang artinya variabel Kualitas Layanan memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Ganda Anova

No	Variabel	Kepuasan Pelanggan	
		F	P
1.	Kualitas Produk dan Kualitas Layanan	1.281	0.282

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil Uji Analisis Regresi Ganda pada tabel 22, menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki hubungan yang signifikan dengan Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis statistik, terdapat nilai probabilitas (p) sebesar 0.282 ($p < 0.05$)

Tabel 8. Hasil besarnya sumbangan efektif variabel bebas terhadap variabel bergantung

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Kualitas Produk dan Kualitas Layanan	0,155	0,24	0,005	1,84164

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan hasil tabel 8, dapat dikatakan bahwa koefisien determinasi yang diperoleh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan sebesar $0,24$ jika dikalikan 100% sebesar 24% hal tersebut dapat diartikan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki sumbangan efektif sebesar 24% terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Coefficients

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	P
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	38.837	5.862		6,768	,000
Kualitas Produk	0,079	0,054	,143	1,471	,144
Kualitas Layanan	-0,046	0,076	-,059	-61,2	,542

Sumber : Output Penelitian, diolah Peneliti

Berdasarkan Hasil Analisis Regresi Coefficients pada tabel 9, menunjukkan bahwa diantara variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan yang memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Produk karena memiliki nilai Beta sebesar 0,143.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini antara lain :

1. Antara kualitas produk dan kualitas layanan yang paling berperan terhadap kepuasan pelanggan adalah Kualitas Produk
2. Terdapat /hubungan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Customer PT. Kobexindo Equipment di Surabaya

SARAN

Berdasarkan kesimpulan, maka adapun saran dari penelitian ini antara lain :

1. Peneliti berharap supaya kepuasan pelanggan juga mempengaruhi minat beli mereka terhadap produk di PT. Kobexindo.
2. Untuk penelitian selanjutnya melibatkan subjek yang berjenis kelamin perempuan dan melihat aspek kepuasan pelanggan dari faktor yang lain

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar *et al.* 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsi Mandiri
- Aribowo, Handy. 2018. *Strategi Inovasi Dalam Rangka Menjaga Keberlanjutan Bisnis Dalam Menghadapi Era Volatility, Uncertainty, Compelxity, dan Ambiguity (VUCA)*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan Volume 9 Nomor 1, Mei 2018
- Atiyah, L. A. 2017. *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences .
- Basrah, Samsul. 2012, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol 3, No 1.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (n.d.). The Influence of Quality Product, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. jaya Swarasa Agung in Central Jakarta . *Saudi Journal of Business and Management Studies* , 434.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.
- BIBLIOGRAPHY \l 1033 Dewi, R. N., & Hidayat, R. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam*. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis , vol. 3, 1, 32-40.
- Endar, Sugiarto. 1999, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia.

- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*(ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Giese, J. L., dan Cote, J. A. (2000). *Defining Consumer Satisfaction. Academy of Marketing .*
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta:erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. Jurnal EMBA. Vol.1 , No 3.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2010. *Principles of Marketing (edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- McCarthy, Jerome E & William D. Perreault, Jr. *Basic Marketing, A Managerial Approach, 10th ed.*,Homewood, IL: Irwin.
- Mahfud, M. A., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On the Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics adn Finance (IOSR-JEF)* , 63.
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. Semarang: Universitas Negeri Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.

- Oliver, 2007. *Measurement and evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings*. *Journal of Retailing*. 57(3), 25-48.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry., 1998, *Servqual: A Multiple Item Scale for Meansuring Consumer Perseption of Sevice Quality*, hal 64, *Jurnal of Retailing*.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). *The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value*. *Journal of Marketing and Consumer Research* .
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* .
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen* . *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* .
- Sembiring, j. I., Suharyono, & kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan* . *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Shahnaz, N. B., & Wahyono. (2016). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online* . *Management Analysis Journal* .
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin. (2003). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi .
- Tjiptono, F. (2008). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset .
- Veloso, C. M., Magueta, D. M., Fernandes, P. O., & Ribeiro, H. (2017). The Effect of Customer Satisfaction , Service Quality and Perceived Value on Behavioural Intentions in Retail Industri. *23rd International Scientific Conference on Economic and Social Development* , 333.
- Walker, 2001. *Managing Customer Dissatisfaction Through effective Complaint Management System*. Journal of Management Strategy, Hal 331-335
- Zeithaml. VA. Bitner MJ. 1996. Delivering and Performing Service. Part Five. Service Marketing, International Ed., The McGraw-Hill Companies, Inc.