

P-ISSN: 2963-8755, E-ISSN: 2963-2684
JURNAL MANAJEMEN & PENDIDIKAN,
Vol. 3, No. 1, September 2024 (1-10)
©2024 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian
Putra Bangsa (LAP4B) Tangerang Selatan

JURNAL
MANAJEMEN &
PENDIDIKAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok

Afrizal Mantovani^{1*}, Ade Yusuf²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
am22042001@gmail.com^{1*}, dosen02604@unpam.ac.id²

Received 01 Mei 2024 | Revised 15 Mei 2024 | Accepted 28 Mei 2024

*Korespondensi Penulis

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling menggunakan dengan sampel sebanyak 154 responden. Dengan populasi 250 dan Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan uji hipotesis diperoleh t hitung $> t$ tabel atau ($5,794 > 1,975$). Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan uji hipotesis diperoleh t hitung $> t$ tabel atau ($5,299 > 1,975$). Nilai F hitung $> F$ tabel atau $135,387 > 3,90$, hal ini menunjukkan hipotesis ketiga diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan

Abstract. The aim of this research is to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. The sampling technique used was random sampling with a sample of 154 respondents. With a population of 250 and data analysis using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results of this research are that service quality has a significant effect on customer satisfaction. By hypothesis testing, t count $> t$ table or ($5.794 > 1.975$). Product quality has a significant effect on customer satisfaction. By hypothesis testing, t count $> t$ table or ($5.299 > 1.975$). The calculated F value $> F$ table or $135,387 > 3.90$, this shows that the third hypothesis is accepted. This means that there is a significant simultaneous influence between the influence of service quality and product quality on customer satisfaction at PT Bintang Maraga Lintas Media Depok Branch.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital terus meningkat secara signifikan seiring dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal tersebut diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap produktivitas manusia. Salah satunya adalah teknologi informasi dan komunikasi yang diharapkan dapat

mempermudah manusia dalam beraktivitas. Di era digital saat ini, manusia dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk keperluan informasi dan komunikasi, seperti internet. Internet menjadi suatu hal penting dalam menunjang produktivitas manusia pada era digital saat ini.

Terlebih lagi, sejak diberlakukannya pandemi akibat mewabahnya virus COVID-19 kemarin, penggunaan internet di Tanah Air saat ini terus berkembang pesat. Akibatnya, beberapa perusahaan yang bergerak di jasa konstruksi dan pemasangan jaringan internet mendapatkan banyak permintaan untuk pemasangan jaringan internet di tiap-tiap rumah. Hal itu terjadi karena adanya peraturan dari pemerintah untuk melakukan kegiatan belajar-mengajar dan juga WFH (Work From Home) yang diberlakukan sejak pandemi COVID-19. Sejak peristiwa tersebut, permintaan akan pemasangan jaringan kabel internet terus meningkat hingga saat ini.

Tentunya, hal ini menjadi peluang besar bagi perusahaan yang bergerak di jasa konstruksi dan instalasi dalam menawarkan jasa pemasangan internet. Salah satunya adalah PT Bintang Maraga Lintas Media, yang merupakan salah satu perusahaan konstruksi dan instalasi kabel TV dan internet di Indonesia. Perusahaan ini memiliki beberapa anak perusahaan, salah satunya adalah PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok yang bergerak di bidang penyedia layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan yang bekerja sama dengan perusahaan provider di Indonesia. Perusahaan menarik pelanggannya dengan menawarkan berbagai keunggulan dan manfaat produk yang dimiliki, seperti pada layanan yang diberikan. Jaringan internet yang digunakan adalah teknologi fiber optik yang lebih stabil dan lebih cepat ketika pelanggan mengakses internet serta tahan lama dalam kondisi atau cuaca apapun. Maka dari itu, perusahaan terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan juga kualitas produknya agar tercapainya kepuasan pelanggan.

Sejauh mana pelanggan percaya bahwa barang atau jasa yang mereka terima memenuhi harapan mereka disebut kepuasan pelanggan. Sejumlah faktor, termasuk kualitas layanan, mempengaruhi kebahagiaan konsumen. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar tercipta kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan yang tinggi akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya di bidang manajemen infrastruktur jaringan dan penyedia jasa konstruksi yang merupakan usaha yang berorientasi pada jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan bagian penting dan menentukan dalam menumbuh-kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingannya. Salah satu perusahaan yang fokus pada meningkatkan kepuasan pelanggan adalah PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok, yang merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang penyedia layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan. Berdiri pada tahun 2010, PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok berlokasi di Jl. H. Ahmad Nado 2, Gandul, Depok.

Kepuasan pelanggan adalah pondasi kuat dalam dunia bisnis yang tak terbantahkan. Saat pelanggan merasa puas dengan layanan atau produk yang mereka terima, mereka tidak hanya cenderung kembali, tetapi juga mungkin merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain. Ini membentuk dasar dari loyalitas pelanggan, yang merupakan aset berharga bagi setiap perusahaan. Sebuah bisnis yang mampu memenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan cenderung memperoleh manfaat jangka panjang yang signifikan. Kepuasan pelanggan bukan hanya tentang transaksi satu kali, tetapi tentang membangun hubungan yang berkelanjutan, yang memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan berdaya saing di pasar yang terus berubah.

Perlu dicatat bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya memberikan manfaat kuantitatif, tetapi juga memiliki dampak kualitatif yang signifikan pada citra mereka. Saat pelanggan puas, mereka mungkin lebih menerima dalam hal harga yang sedikit lebih tinggi atau dalam mengatasi kegagalan yang mungkin terjadi, karena mereka telah membangun kepercayaan terhadap merek atau perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk mencapai target pendapatan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan

kualitas pelayanan dan kualitas produknya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa (Apriyani & Sunarti, 2017).

Menurut Tjiptono (2016:59) menjelaskan bahwa pada Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kotler dan Keller (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Menurut Hardiyansyah (2011) menyimpulkan terdapat 5 (lima) dimensi SERVQUAL (dimensi kualitas pelayanan):

- 1) Tangible (bukti langsung)
Meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
- 2) Reliability (keandalan)
Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Responsiveness (daya tanggap)
Yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Assurance (jaminan)
Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keraguraguan.
- 5) Emphaty (empati)
Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha bisnis yang ditawarkan untuk memperoleh calon konsumen. Kualitas produk diartikan sebagai kondisi fisik dan fungsi dari sebuah produk berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan atribut produk lainnya yang bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan atau konsumen. Menurut Herlambang (2014:36) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut berniali lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk adalah ciri-ciri dari suatu produk atau jasa yang diembannya kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Keller (2016:166) kualitas produk memiliki dimensi sebagai berikut:

- 1) Kinerja (Performance)
Yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- 2) Kehandalan (Reliability)
Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specification)
Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 4) Daya Tahan (Durability)
Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

5) Serviceability

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.

Berdasarkan penjelasan di atas, kualitas suatu produk dapat diukur melalui 5 (Lima) indikator tersebut. Setiap produsen dapat menggabungkan beberapa di antara indikator tersebut dalam suatu inovasi produk sehingga lebih memiliki nilai keunggulan dibandingkan produk dari kompetitor lain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:16) kepuasan pelanggan adalah tingkatan di mana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk dianggap tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan kecewa begitu sebaliknya. Jika kinerja produk dianggap sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Menurut Tjiptono (2019) kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi sesudah atau ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian. Menurut Djaslim Saladin (2018:313), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2012:140) mengatakan indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

1) Re-Purchase

Yaitu membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.

2) Menciptakan Word of mouth

Yaitu pelanggan akan mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan kepada orang lain.

3) Menciptakan citra merek

Yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari pesaing.

4) Menciptakan Keputusan

Yaitu pembeli pada perusahaan yang sama, membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Dapat diketahui kualitas layanan dan kualitas produk, dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dari PT Bintang Maraga Lintas Meldia Cabang Delpok. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa bidang pelayanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan internet.

Selubungan dengan hal di atas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bintang Maraga Lintas Media cabang Depok”.

Penelitian Terdahulu

- 1) Dimas Dwi Kurniawan, dan Euis Soliha, 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang.
- 2) Wiwin Wianti, Puji Yuniarti, dan Andrean Susanto, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Adira Dinamika Multi Finance Kantor Cabang Petojo Utara Jakarta
- 3) Alfa D.L. Kalangi, James D.D. Massie, Imelda W.J.Ogi, dan Ferry Lourens, 2023. Peranan dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah kopi glori-a kawangkoan
- 4) Reza Alfarozi Ritonga, dan Taufiq Risal S.T, M.M. 2023. Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama).
- 5) Eko Syahputra Purba, dan Putu Nina Madiawati, 2021. Pengaruh brand image, brand trust, kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan pada indihome di kota bandung.
- 6) Leni Kurnia Dewi, Anindhyta Budiarti, 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap

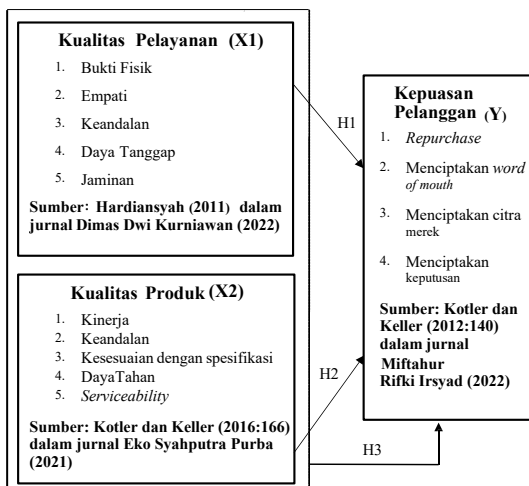
Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Queenstreet Store.

- 7) Miftahur Rifki Irsyad, Aniek Wahyuati, 2022. Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk Terhadap kepuasan pelanggan pada waroenk andya sidoarjo.
- 8) Siti Nurjanah, Rina Sukmawati, Muslima, dan Subhi Alwi, 2021. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Padang talago biru padasuka
- 9) Nada Dwi Putri, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, dan Masduki Asbari, 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah penalaran untuk sampai pada hipotesis atas masalah yang dirumuskan. Berdasarkan pemaparan apa yang dituangkan dalam teori maupun penelitian yang relevan, maka dibuatkan suatu kerangka berpikir. Berikut ini penulis menyajikan kerangka berpikir tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga

Lintas Media Cabang Depok.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Adapun Hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini:

H01 : $\rho_1 = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok

Ha1 : $\rho_1 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok

H02 : $\rho_2 = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok

Ha2 : $\rho_2 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok.

H03 : $\rho_3 = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok.

Ha3 : $\rho_3 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok.

METODE PENELITIAN

Populasi : Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau yang pernah menjadi kreditur di PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok yang berjumlah 250 orang.

Sampel : Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel dalam penelitian

ini berjumlah 154 responden.

Jenis Penelitian : Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka.

Metode Analisis Data : Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara dua variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dalam Tabel berikut.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.265	1.161		2.813	.006
	Kualitas Pelayanan	.338	.058	.444	5.794	.000
	Kualitas Produk	.320	.060	.407	5.299	.000

Berdasarkan Tabel diatas hasil yang telah didapat dari koefisian regresi diatas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$Y = 3.265 + 0.338X_1 + 0.320X_2$$

Dimana X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kualitas Produk

Y = Kepuasan Pelanggan

Jika X_1 dan $X_2 = 0$ akan diperoleh $Y = 3.265$

- Konstanta sebesar 3.265 artinya jika kualitas pelayanan dan kualitas produk, bernilai nol atau tidak meningkat maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 3.265.
- Nilai regresi 0,338 X_1 (positif) artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel kualitas produk (X_2) dalam keadaan tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,338 satuan.
- Nilai regresi 0,320 X_2 (positif) artinya apabila variabel kualitas produk (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X_1) tetap, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,320 satuan.

Uji Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dibuat untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengolahan data sebagai berikut.

Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan antara Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.637	4.80662

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0.801 artinya Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variable dependen secara simultan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.637	4.80662

Berdasarkan pada tabel 4.25, dapat diketahui bahwa besarnya R square adalah 0,642 atau 64,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen Harga (X1) dan Promosi (X2) terhadap dependen Keputusan Pembelian (Y) sebesar 64,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 64,2\% = 35,8\%$) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Uji t

Uji pembuktian hipotesis parsial yang diajukan dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan uji-t, apabila nilai t hitung > t tabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan.

Uji Signifikan Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.265	1.161			2.813	.006
	Kualitas Pelayanan	.338	.058	.444		5.794	.000
	Kualitas Produk	.320	.060	.407		5.299	.000

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai thitung 5,794 > ttabel 1,975. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut berarti H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai thitung 5.299 > t tabel 1,975. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji f

Pengujian secara keseluruhan dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6255.847	2	3127.924	135.387	.000 ^b
	Residual	3488.646	151	23.104		
	Total	9744.494	153			

Berdasarkan pada tabel Uji F diperoleh nilai F hitung $135.387 > F$ tabel 3,90 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan pada tabel 4.28 diperoleh nilai F hitung $135.387 > F$ tabel 3,90 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai t hitung kualitas pelayanan sebesar 5,794 sedangkan t tabel yang diperoleh sebesar 1,975 sehingga dapat dikatakan nilai t hitung $> t$ tabel. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H_{a1} yang diajukan dapat diterima. Artinya jika kualitas pelayanan di PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok semakin meningkat maka semakin besar pula kepuasan pelanggan PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Kurniawan, Dimas Dwi dan Soliha (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji statistik pada uji t, diketahui nilai t hitung kualitas produk sebesar 5,299 sedangkan t tabel yang diperoleh sebesar 1,975 sehingga dapat dikatakan nilai t hitung $> t$ tabel. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis H_{a2} yang diajukan dapat diterima. Artinya jika kualitas produk di PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok semakin meningkat maka semakin besar pula kepuasan pelanggan PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Purba, Eko Syahputra dan Madiawati (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi (X_1) sebesar 0,338 dan 0,320 (X_2). Adapun berdasarkan hasil uji koefisien korelasi secara simultan sebesar 0,801 dan. Pada uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 135,387 dan F_{tabel} sebesar 3,90. Hasil uji menunjukkan F hitung lebih besar dari pada F_{tabel} atau ($135,387 > 3,90$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Irsyad, Miftahur Rifki dan Wahyuati (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bintang

Maraga Lintas Media Cabang Depok, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t bahwa $t_{hitung} 5,794 > t_{tabel} 1,975$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t bahwa $t_{hitung} 5,299 > t_{tabel} 1,975$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bintang Maraga Lintas Media Cabang Depok, hal ini dapat dilihat dari hasil uji F, bahwa nilai F hitung $135,387 > F_{tabel} 3,90$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari. (2015). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Angipora, M. P. (2015). Dasar-Dasar Pemasaran. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2015). Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- _____ (2018), Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi), Depok, PT. Raja Grafindo Persada
- Astuti, M & Amanda, R. A. (2020) Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Bharwaman, Agus Surya, & Hanif, Naufal. (2022). Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi. Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya: Scopindo Media.
- Buchori dan Djaslim (2019). Teori Perencanaan Pemasaran Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran,. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani.
- Firmansyah, A.G. (2018) Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2014). Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____ (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyansyah. (2011). Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya. Yogyakarta : Gava Media
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- _____ (2017). Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herlambang, S. (2014). Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran). Yogyakarta: Pustaka Baru.
- _____ (2016) Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- _____ (2015) Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2 Jakarta : Erlangga
- _____ (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- _____ (2016). Marketing Management. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited.
- Kotler dan Armstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- _____ 2015. Marketing an Introducing, Global Edition, 12th Edition, Pearson Education.
- Pratama, R. (2020). Pengantar manajemen. Deepublish.
- Rue, T.G. (2019). Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Santoso, T. (2011). Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing. Jakarta: Oryza.
- Santoso, S. (2015). SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi, Jakarta, PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia
- Siswanto, Bedjo (2021). Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara
- Siyoto Sandu, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Subagiyo. (2011). Metodologi Penelitian dan Penulisan, Lentera ilmu cendekia. Jakarta: Lentera ilmu cendekia.
- Sudjana, Nana. (2011). Penilaian Hasil dan Proses Belajar Mengajar. Bandung: Rosda Karya
- _____ (2014). Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:

- Alfabeta.
- _____ (2015). Metode Penelitian Manajemen, Bandung, Alfabeta.
- _____ (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung
- _____ (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- _____ (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Caps.
- _____ (2012). Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. Yogyakarta: Caps. 107
- Tjiptono, F. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- _____ (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi 1). Andi.
- _____ dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- _____ (2008). Service Management. Jakarta: CV. Andi Offset.
- Triyono, W. &. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Yogyakarta. CV. Andi Pffiset
- Yulianti, F. Dkk. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Apriyani, Dwi Aliyyah, Dan Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). Jurnal Administrasi Bisnis, 51(1), 28. Diambil Dari <https://doi.org/10.32493/Skr.V4i1.605>
- Irsyad, M. R., & Wahyuati, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroenk Andya Sidoarjo. Jurnal Ilmu Dan Riset <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4565/4563>
- Kalangi, A., Massie, J., Ogi, I., Kalangi, A. D., Massie, J. D., Wjogi, I., Lourens Sampel Korompis, F., Manajemen, J., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Sam Ratulangi, U. (2023). The Role Of Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction In Glori-A Coffee House Kawangkoan. 11(1), 23–32.
- Kualitas Pelayanan, P., Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada My Kopi Semarang Dimas Dwi Kurniawan, F. O., & Soliha, E. (2022). Yume : Journal Of Management. Yume : Journal Of Management, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.553>
- Kurnia Dewi, L. (N.D.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan
- Ritonga, A. R., Risal, T. (2023). Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shoppe Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama). Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce 2 (1), 73-91.
- Syahputra Purba, E., & Madiawati, N. (N.D.). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indihome Di Kota Bandung.
- Wianti, W., Yuniarti, P., & Susanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Adira Dinamika Multi Finance Kantor Cabang Petojo Utara Jakarta. 1.