

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI PT TJOKRO BERSAUDARA SANGATTAINDO**

Joseph Darmawan ¹, Eka Yudhyani ², Danna Solihin ³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : josephdarmawan67@gmail.com

Keywords :

*Service Quality
Product Quality,
Customer
Satisfaction..*

ABSTRACT

The JOSEPH DARMAWAN 2023 : The Influence of Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction at PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo in 2023: Under the Guidance of Mrs. Eka Yudhyani as Advisor I and Mrs. Danna Solihin as Advisor II.

This research aims to identify and analyze the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction at PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo. The theoretical foundation of this study includes service quality and product quality in relation to consumer satisfaction.

The research was conducted among consumers of PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo, employing a saturated sampling method. This technique involves selecting a sample from the population based on the researcher's considerations or preferences. In this case, 32 respondents were surveyed. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires using Google Forms. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of the statistical program SPSS version 29.

The results of this study indicate that: 1) Service quality has a negative and insignificant impact on consumer satisfaction, meaning that the better the service quality provided, the lower the consumer satisfaction at PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo. 2) Product quality has a positive and significant impact on consumer satisfaction, indicating that the better the quality of the products produced, the higher the consumer satisfaction at PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dunia usaha atau dunia bisnis di Indonesia dan perekonomian yang semakin rumit ini banyak terjadi persaingan, sehingga perusahaan diuntut untuk semakin kompetitif. Hal tersebut tentunya akan

memberikan dampak negatif maupun dampak positif, yang tentunya mendesak setiap perusahaan untuk berusaha terus maju memperbaiki bisnisnya dengan penerapan manajemen yang baik untuk mengembangkan produk maupun kualitas layanan perusahaannya. Pertambangan di Kalimantan Timur khususnya di Kutai Timur dapat dikatakan sebagai salah satu pusat dunia pertambangan, ditambah dengan hadirnya beberapa perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan dan di dunia usaha sawit. Perusahaan-perusahaan tersebut sangat membutuhkan perusahaan-perusahaan lain sebagai pendukung dari kegiatan pertambangan yang mereka lakukan, baik perusahaan yang memberikan dukungan dalam bentuk jasa maupun barang.

PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo memberikan layanan seperti cek kondisi terdahulu terhadap produk atau barang kepada konsumen yang akan melakukan perbaikan, menampung dan menerima setiap masukan dengan sigap, serta memberikan informasi terkini mengenai barang atau produk konsumen yang sedang dikerjakan. PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo juga menyediakan sumber daya manusia dengan skill dan berpengalaman yang akan sangat membantu konsumen itu sendiri. Kualitas Produk, Menurut Kotler (2012:18): “kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Handoko (2013:16) mengatakan “Kualitas produk adalah suatu kondisi penilaian dari sebuah barang sesuai standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka nilai produk tersebut semakin berkualitas”.

PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Fabrikasi dan Machining. PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo merupakan cabang dari PT Tjokro Bersaudara Komponenindo yang tentunya akan sangat membantu kegiatan pertambangan yang dilakukan oleh PT Kaltim Prima Coal (PT KPC) di Sangatta, Kutai Timur. Fabrikasi adalah membuat barang serupa dengan mengacu pada spesifikasi barang asli, mencakup semua ukuran dan tingkat kekerasan material. Reparasi adalah memperbaiki beberapa bagian barang yang rusak dengan mengacu pada spesifikasi barang asli, mencakup semua ukuran dan tingkat kekerasan material.

Nama dan citra yang besar, tentunya menjadi patokan tersendiri dari konsumen terhadap PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo dalam menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas. Menurut Kasmir (2017:47) “Layanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Menurut Lupiyoadi (2013:216) “Mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima”.

Kualitas produk dan kualitas layanan yang baik maka akan mempertahankan citra dan tingkat kepuasan konsumen kepada PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo dari para pesaingnya dan menarik perhatian dari para konsumen lainnya. PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo dituntut untuk meminimalisir tingkat kelalaian mereka mulai dari dalam hal pelayanan yang lamban/respon yang kurang baik, proses pengerjaan yang tidak tepat waktu dan kecerobohan dalam hal pengerjaan barang

yang kurang detail, sehingga barang yang dikerjakan masih terdapat kecacatan, yang tentunya merugikan konsumen dan tentunya pihak PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo sendiri dan oleh

karena itu, PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo tentunya harus terus meningkatkan dan menjaga kualitas layanan dan kualitas produk mereka. PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo berupaya sebaik mungkin dalam menyediakan beberapa pilihan terhadap bahan atau material yang diinginkan konsumen dan tentunya menyediakan bahan atau material dengan kualitas terbaik yang akan mempengaruhi kualitas produk tersebut. PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo juga mampu menghasilkan berbagai macam fabrikasi melalui hasil dari pembubutan yang sangat menyerupai dengan kualitas yang hampir sama dengan produk aslinya, contohnya (*Pin Rear Suspension Cylinder CAT 785 & 789*).

PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo menerima proses perbaikan (*repair*) dengan melakukan pengecekan terlebih dahulu untuk memastikan apakah masih layak untuk direpair atau tidak dan untuk menentukan tindakan apa saja nantinya yang akan dilakukan dan pembuatan *Pin Rear Suspension Cylinder CAT 785 & 789* menggunakan bahan besi buta yang nantinya akan melewati beberapa tahap pembubutan maupun pengelasan untuk menghasilkan produk yang sesuai dan diinginkan oleh konsumen dengan menyertakan dokumen atau sertifikat pengerjaan dari tahap awal hingga akhir kepada konsumen.

Hal ini untuk memebrikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Zulian Yamit (2016:70) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan anatar kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43), “mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi”.

METODE PENELITIAN

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Dalam memperoleh data, peneliti menyebarkan kuesioner melalui google form. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota populasi atau disebut teknik sampling jenuh. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 32 sampel.

Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linear berganda, dimana sebelum melakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji instrument penelitian dan uji asumsi klasik, dengan menggunakan bantuan software SPSS Statistic.

1. Uji Instrumen

Uji instrument terdiri dari:

a. Uji Validitas

Imam Ghozali (2016:52) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau

valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan alpha = 0.05. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Imam Ghazali (2016:47) Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan uji regresi yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Imam Ghazali (2016:154) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Imam Ghazali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan inflation factor (VIF). Nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

c. Uji Autokorelasi

Imam Ghazali (2016:107), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu t dengan pengganggu t sebelumnya.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Misbahuddin dan Iqbal Hasan (2013:101), heteroskedastisitas berarti variasi (varians) tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi tidak random (acak) tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu sama atau lebih variabel bebas.

3. Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis linier berganda. Menurut Misbahuddin (2013:159) uji statistik regresi linier berganda untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah kualitas Layanan (X1), Kualitas Produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen (Y), sehingga persamaan regresi linier berganda estimasinya :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y	: Kepuasan konsumen adalah variabel dependen (variabel terikat).
X ₁	: Kualitas layanan adalah variabel independen (variabel bebas).
X ₂	: Kualitas produk adalah variabel independen (variabel bebas).
a	: Konstanta adalah suatu nilai tetap berlawanan dengan variabel yang berubah-ubah.
b ₁ b ₂	: bilangan yang memuat masing-masing dari variabel.
e	: Error (kesalahan).

Analisis regresi berganda terdiri dari:

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Imam Ghazali (2016:95) Koefisien Determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

1). Jika hipotesis diterima maka tingkat signifikan < 0,052). Jika hipotesis ditolak maka tingkat signifikan > 0,05

b. Uji F

Imam Ghazali (2016:96) Uji f merupakan uji signifikan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai signifikan 0,05 (a = 5 %).

1. Apabila nilai Fhitung > Ftabel dengan tingkat signifikan < 0,05, maka hipotesis diterima.
2. Apabila nilai Fhitung > Ftabel dengan tingkat signifikan > 0,05, maka hipotesis ditolak.

c. Uji t

Imam Ghazali (2016:97) Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabelindependen terhadap variabel dependen, sebagai berikut :

1). Jika hipotesis diterima maka tingkat signifikan < 0,052). Jika hipotesis ditolak maka tingkat signifikan > 0,05

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dimaksudkan untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan suatu penelitian. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

Uji Instrumen terdiri dari :

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah ukuran yang menunjukkan tingkat keaslian suatu instrument penelitian. Sebuah instrument penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tetap. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen dinyatakan valid. Pengujian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 : Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Item pernyataan	Nilai r	R tabel	Hasil
X1.1	0.731	0.3388	Valid
X1.2	0.745	0.3388	Valid
X1.3	0.681	0.3388	Valid
X1.4	0.694	0.3388	Valid
X1.5	0.540	0.3388	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1 di atas menyatakan bahwa dari lima item pernyataan semuanya dinyatakan valid, r hitung $>$ r tabel.

Tabel 2 : Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

Item pernyataan	Nilai r	R tabel	Hasil
X2.1	0.638	0.3388	Valid
X2.2	0.616	0.3388	Valid
X2.3	0.587	0.3388	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 2 di atas menyatakan bahwa dari tiga item pernyataan semuanya dinyatakan valid, r hitung $>$ r tabel.

Tabel 3 : Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item pernyataan	Nilai r	R tabel	Hasil
Y1	0.691	0.3388	Valid
Y2	0.726	0.3388	Valid
Y3	0.929	0.3388	Valid
Y4	0.808	0.3388	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 di atas menyatakan bahwa dari lima item pernyataan semuanya dinyatakan valid, r hitung $>$ r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas (uji keandalan) adalah pengujian terhadap suatu pertanyaan untuk melihat tingkat konsisten dan kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan indikator suatu variabel. Hasil uji reliabilitas variabel penelitian ini adalah sebagaimana tabel berikut :

Tabel 4: Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil	Keterangan
X1	0,6	0.672	Reliabel
X2	0,6	0.610	Reliabel
Y	0,6	0.798	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4 diperoleh *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka berdasarkan ketentuan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan apabila hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil dari perhitungan uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5 : Uji Normalitas

Keterangan	Hasil
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 5, didapatkan nilai signifikan pada baris Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka nilai residual terdistribusi dengan normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance < 0,10 atau nilai VIF > 10, pada variabel bebas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 6 : Uji Multikolinieritas

No	Model	Tolerance	VIF
1.	Kualitas Layanan (X1)	.110	9.091
2.	Kualitas Produk (X2)	.110	9.091

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 6 uji multikolinieritas diatas dapat diketahui bahwa :

1. Pada variabel kualitas layanan diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0.110 > 0.10$ dan nilai VIF $9.091 < 10.00$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dipastikan tidak terjadi multikolinieritas.

2. Pada variabel kualitas produk diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0.110 > 0.10$ dan nilai VIF $9.091 < 10.00$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dipastikan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya korelasi yang terjadi diantara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi, maka dapat dilihat hasil uji autokorelasi pada tabel berikut :

Tabel 7 : Uji Autokorelasi

d	dl	du	4-dl	4-du
1.796	1.3093	1.5736	2.6907	2.4264

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 7, menunjukkan bahwa hasil uji autokorelasi untuk nilai *Durbin-watson* sebesar 1.796. Kemudian dilihat dari jumlah sampel sebanyak 32 dan variabel independen berjumlah 2, karena dU lebih kecil dari d lebih kecil dari $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang artinya tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 8: Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig.	Kesimpulan
1.	Kualitas Layanan (X1)	0.941	Tidak terjadi Heterokedastisitas
2.	Kualitas Produk (X2)	0.781	Tidak terjadi Heterokedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 8 uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa terdapat masing-masing variabel independen diperoleh nilai signifikansi untuk seluruh variabel lebih dari 0,05. Dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

2. Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan brand image (X2), sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) dan Brand Image (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), maka dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 9: Regresi Linier Berganda

Model	β	Beta
(Constant)	.298	
Kualitas Layanan	-283	-324

Kualitas Produk	.607	1.035
-----------------	------	-------

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel 9 dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagaiberikut :

$$Y = -0.324X_1 + 1.035X_2 + e$$

Berdasarkan analisis nilai koefisien regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan (b_1)

Diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen (Y) karena nilai koefisien regresi hanya sebesar -0.324 dan dari nilai tersebut kualitas layanan akan berepengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo. Artinya terjadi hubungan negatif antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk (b_2)

Diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_2) berepengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) karena nilai koefisien regresi hanya sebesar 1.035

dan dari nilai tersebut kualitas produk akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo. Artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen . semakin baik kualitas produk yang dihasilkan makan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, dan juga sebaliknya.

a. Uji t

Penelitian ini juga dicantumkan uji persial (uji t) untuk mengetahui apakah variabel bebas variabel kualitas layanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara persial atau sendiri- sendiri berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil dapat dilihat pada tabel :

Tabel 10 : Uji t

Model	t	Sig
Kualitas Layanan	-856	.039
Kualitas Produk	2.734	.011

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Uji t parsial dilakukan untuk melihat secara individual berpengaruh signifikandari variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan nilai t tabel = $(\alpha/2; n-k-1) = (0,05/2 ; 32-2-1) = (0,025 ; 29) = 2.045$

diperoleh nilai t hitung yang kemudian akan dijelaskan hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan (X_1)

Variabel kualitas layanan (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 0.856 lebih kecil dari t tabel 2.045. Kemudian diperoleh hasil signifikansi sebesar 0.399 lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 tidak diterima, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara

Sangattaindo.

2. Kualitas Produk (X_2)

Variabel kualitas produk (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2.734 lebih besar dari t tabel 2.045. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.011 lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

b. Uji F

Penelitian ini disertakan pengujian serentak (uji F) untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu kualitas layanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara serentak atau bersama sama terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk itu dalam penelitian ini disertakan uji F seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 11: Uji F

Model	F	Sig.
Regression	17.233	.001

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Tabel distribusi F dicari dengan melihat nilai F tabel = $(k ; n-k) = (2 ; 32-2) = (2 ; 30)$

= 3.32 dengan tingkat kesalahan 5%. Maka hasil dari nilai F tabel diperoleh sebesar 3.32

Diperoleh nilai F hitung sebesar 17.233 lebih besar dari F tabel sebesar 3.32, kemudian nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana hasil tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kualitas layanan (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 0.856 lebih kecil dari t tabel 2.045. Kemudian diperoleh hasil signifikansi sebesar 0.399 lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 tidak diterima, sehingga disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo, dan salah satu alasan mengapa kualitas layanan tidak begitu mempengaruhi kepuasan konsumen dikarenakan untuk pabrik mesin dan fabrikasi yang memiliki kelengkapan mesin produksi hanya di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo untuk wilayah Kutai Timur khususnya, sehingga konsumen tetap mengutamakan hasil atau kualitas produk dibandingkan kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Kualitas layanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen apabila terdapat perusahaan serupa di Sangatta atau Kutai Timur yang secara otomatis menjadi saingan dan menimbulkan persaingan

dalam memberikan kualitas layanan yang terbaik bagi konsumen dan akan memberikan dampak baik pula bagi PT Tjokro Sangattaindo Bersaudara yaitu meskipun kualitas layanan tidak menjadi faktor utama untuk mempengaruhi kepuasan konsumen, PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo tetap harus mengevaluasi, meningkatkan dan menjaga kualitas layanan sehingga disaat muncul perusahaan sejenis, konsumen tidak beralih ke perusahaan lain karena perusahaan tersebut memiliki kualitas layanan yang baik juga didukung dengan kualitas produk yang baik.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ansori (2022) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kualitas produk (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2.734 lebih besar dari t tabel 2.045. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.011 lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima. Sehingga disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo, artinya perusahaan dituntut untuk bisa semakin meningkatkan dan menjaga kualitas produk khususnya produk (*Pin Rear Suspension Cylinder CAT 785 & 789*) didukung dengan daya tahan yang baik serta produk yang dihasilkan sesuai permintaan, agar meningkatkan dan menjaga kepuasan konsumen pada PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo harus menaruh perhatian khusus dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang mereka hasilkan, dikarenakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo harus memanfaatkan kesempatan yang ada dikarenakan belum terdapat perusahaan serupa yang nantinya akan menjadi ancaman tersendiri apabila muncul perusahaan serupa yang memiliki kelengkapan mesin maupun peralatan yang lebih lengkap dan juga menghasilkan kualitas produk yang sama baiknya bahkan lebih baik dari kualitas produk yang PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo hasilkan, sehingga perusahaan harus merespon baik dengan lebih memperbaharui dan melengkapi peralatan maupun mesin produksi yang nantinya akan berpengaruh baik terhadap proses produksi dan juga hasil produksi yang dihasilkan, sehingga diharapkan dengan kualitas produk yang selalu terjaga konsumen tidak mudah terpengaruh oleh perusahaan serupa nantinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Antonius (2022) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

3. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen memperoleh nilai F hitung sebesar 17.233 lebih besar dari F tabel sebesar 3.32. Kemudian nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana hasil tersebut lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo.

Hasil penelitian ini menunjukkan apabila kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan dan hasil penelitian tersebut sejalan dengan peneliti lakukan karena pada variabel kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoyo (2019) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini, variabel kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, melainkan dipengaruhi oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan juga dikarenakan khususnya di Kutai Timur hanya ada PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo untuk perusahaan fabrikasi dan pabrik mesin yang memiliki pelatan dan mesin yang mempunyai didukung dengan nama perusahaan yang besar, hipotesis ditolak. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan hanya ada satu perusahaan besar yang ada di Sangatta (Kutai Timur) dengan peralatan dan mesin yang mempunyai, sehingga konsumen sangat mengharapkan produk yang sesuai permintaan dan berkualitas, hipotesis diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini, maka dapat disarankan :

1. Bagi Perusahaan :
Diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk yang dihasilkan, khususnya dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo, sesuai hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh positif dan signifikan dalam kepuasan konsumen dan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya :
Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih memperluas penelitian, tidak hanya menggunakan variabel kualitas layanan dan kualitas produk tetapi dengan menggunakan variabel lain yang sekiranya mempengaruhi kepuasan konsumen di PT Tjokro Bersaudara Sangattaindo seperti “Pengaruh

kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja perusahaan” sehingga perusahaan semakin terbantu untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas perusahaan dari berbagaisegi.

REFERENCES

- Assauri, Sofjan, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Darmayanto, dan Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta :Gava Media.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Handoko, Hani. 2013. *Manajemen*. Edisi Kedua, Cetakan Ketiga Belas. Yogyakarta :BPFE.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, New Jersey.
- Kotler , Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Mulyadi, Nitisusastro. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta
- Methiana, I. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Rambat, Lupiyoadi, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Satriadi. dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. DI Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Suparyanto, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Buku Seru.
- Swastha, Basu DH., Irawan, 2015, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- _____, F. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi Keempat*. Yogyakarta: CV Andi Offset.