

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TANJUNG UNCANG DI KOTA BATAM**

*THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION  
IN PT. PT TANJUNG UNCANG DI KOTA BATAM*

**Nikie Hartadi<sup>1</sup>  
Nur Elfi Husda<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb160910337@upbatam.ac.id

**Abstrak:** Penelitian ini mengkaji tentang kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yaitu jumlah total yang diambil dari 218 responden. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT Tanjung Uncang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji kualitas dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, pengujian analisis regresi linier berganda, dan analisis koefisien determinan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F menggunakan program perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama memiliki efek simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

**Abstract:** This study examines product quality and service quality to customer satisfaction at PT Tanjung Uncang in Batam City. The sampling technique used is saturated sample that is the total amount taken from 218 respondents. Data obtained from distributing questionnaires to customers of PT Tanjung Uncang. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis and quality test in this study using the validity test, reliability test, classic assumption test which includes normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis testing, and determinant coefficient analysis. Testing the hypothesis in this study using the t test and F test using SPSS version 26 software program. The results of this study indicate that product quality has a partial effect on customer satisfaction, service quality has a partial effect on customer satisfaction. F test results show that product quality and service quality together have a simultaneous effect on customer satisfaction at PT Tanjung Uncang in Batam City.

**Keywords:** Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction.

## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, lingkungan persaingan komersial telah mendorong banyak perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar dan menarik pelanggan (Ohy, Kalangi, & Rogahang, 2017: 2). PT Tanjung Uncang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distributor, kontraktor, *general supplier* bahan bangunan. Perusahaan ini berdiri Pada tahun 2000. Yang berlokasi di Batam Centre. Visi dari perusahaan agar bisa menjadi distributor terdepan dan pilihan yang unggul dalam dunia bahan bangunan dan misi dari perusahaan ini berkomitmen untuk menyalurkan produk dan pelayanan terbaik, menjadi perusahaan bisnis agar mengedepankan dari segi jaringan distribusi, tempat jaringan penjualan dan sarana untuk pengembangan diri.

Umumnya pelanggan menginginkan produk yang tidak hanya murah dan tentunya berkualitas (Insyroh & Setyowati, 2018 : 133). Dengan menciptakan produk yang berkualitas, perusahaan akan memperoleh kepercayaan serta menciptakan kepuasan pelanggan. Suatu produk akan dinilai berkualitas jika produk yang dihasilkan dapat sesuai dan lebih dari standar yang ditetapkan (Dadang Suhairi, 2019 : 2539).

Pelayanan yang baik bisa membuat konsumen akan loyal terhadap produk dari perusahaan pemberi layanan (Anwar, 2016: 3) . *Service quality* menjadi tahap keunggulan yang dipersepsikan dan pengendalian atas tahap keunggulan kualitas pelayanan bertujuan untuk pemenuhan harapan pelanggan (Khairusy & Febriani, 2020:3). Perusahaan tentunya harus mengambil langkah yang efektif dan tepat untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan, sehingga menjadi poin utama untuk meningkatkan minat para pelanggan untuk tetap membeli produk agar terciptanya loyalitas yang tentunya kepuasan yang di rasakan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yaitu respon pelanggan atau respon terhadap kepuasan kebutuhan. Kepuasan dinilai berdasarkan karakteristik atau ciri produk maupun layanan itu sendiri dan tingkat kesenangan itu bisa didapatkan pelanggan untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan (Maramis, Sepang, & Soegoto, 2018: 1661).

Fenomena masalah terjadi pada PT Tanjung Uncang saat ini terletak pada penurunan penjualan produk gipsum indoboard, penurunan ini disebabkan karena sering terjadi kerusakan dan cacat fisik produk tersebut sehingga pelanggan merasakan produk yang ditawarkan akan di nilai tidak bagus dan sering terjadi keterbatasan stok sehingga produk yang diinginkan pelanggan tidak terpenuhi membuat pelanggan tentunya mencari alternatif lain dengan membeli produk yang sejenis dengan perusahaan lain dibidang yang sama. Selain itu pelayanan yang diberikan masih kurang yaitu dua admin penjualan dari segi pengurusan surat jalan yang cukup lama serta pihak pengelola gudang saat proses menyiapkan barang menghabiskan waktu 20-30 menit sehingga pelanggan yang menjemput menghabiskan waktu cukup lama untuk menunggu. Oleh karena itu meskipun pelanggan membeli produk di PT Tanjung Uncang, tentunya mereka tidak akan merasakan kepuasan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah agar mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang, agar mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada PT Tanjung Uncang, serta untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang.

## KAJIAN TEORI

### Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu kapasitas suatu produk pada saat menjalankan suatu fungsi yang mencakup keunggulan produk dalam segi mutu, daya tahan, kemudahan penggunaan, akurasi, kualitas produk, atau fitur nilai (Umami, Rizal, & Sumartik, 2016: 251).

Kualitas produk merupakan kombinasi dari semua karakteristik barang atau jasa yang didapatkan dari penjualan, teknik manufaktur serta pemeliharaan sehingga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan pemakai (Ibrahim & Thawil, 2018: 179).

### Indikator Kualitas Produk

Terdapat 4 pengukuran kualitas produk yaitu (Pandesia, Saerang, & Sumarauw, 2017: 1317):

1. Estetika
2. Keandalan produk
3. Tingkat
4. Daya tahan

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah prioritas yang diberikan perusahaan jasa agar dinilai layanan yang diberikan perusahaan jasa agar dinilai layanan yang diberikan berkualitas dan bertujuan untuk memuaskan pelanggan dengan menawarkan atau memberikan layanan yang memenuhi standar konsumen (Sulaeman, 2018: 217).

Kualitas pelayanan adalah indikasi performa, tidak berbentuk, menghilang dengan cepat untuk dijadikan pengalaman dibandingkan diperoleh sehingga pemakai terlibat lebih aktif dalam fase konsumsi layanan (Rahman, 2019: 258).

### Indikator Kualitas Pelayanan

Pada kualitas pelayanan terdapat lima indikator penting yakni (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018: 79)

1. Realibilitas
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah efek yang dirasakan dari penggunaan barang dan layanan yang diberikan, sehingga barang dan layanan itu melewati standar pemakai. Ketika kebutuhan, keinginan, dan aspirasi konsumen terpenuhi, kepuasan konsumen akan terpenuhi (Maryati & Husda, 2020: 21).

Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa pada seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan tentang kinerja produk, hasil dan harapan (Tresiya, Djunaidi, & Subagyo, 2019: 215).

### Indikator Kepuasan Pelanggan

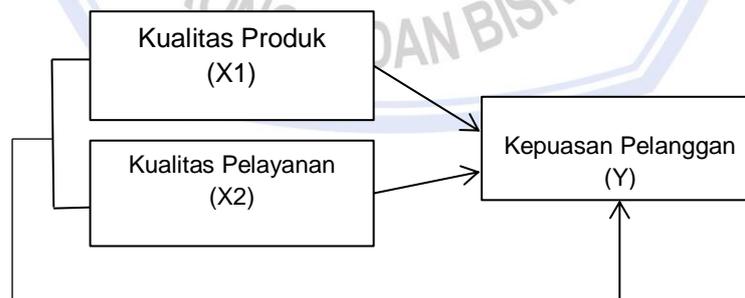
Indikator kepuasan pelanggan yang di gunakan dalam variabel kepuasan pelanggan yaitu (Aswad et al., 2018: 80):

1. Kinerja
2. Harga
3. Ekspektasi

### Penelitian Terdahulu

(Lesmana & Ratnasari, 2019) melakukan riset dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Radekatama Piranti Nusa, dari hasil riset penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

### Kerangka Pemikiran



Gambar. Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam.
- H2: Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam.

H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam.

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Dalam riset yang dilaksanakan peneliti memakai metode deksriptif pendekatan kuantitatif. Dalam Sanusi, (2017: 13) desain penelitian ialah sketsa atau susunan keseluruhan struktur investigasi yang dibuat untuk menyusun penelitian yang digunakan untuk mendapatkan jawaban atas pernyataan yang diteliti.

Skala Likert		
	Skala Likert	Nilai
(STS)	Sangat Tidak Setuju	1
(TS)	Tidak Setuju	2
(N)	Netral	3
(S)	Setuju	4
(SS)	Sangat Setuju	5

(Sumber: Sugiyono 2016: 93)

### Lokasi Penelitian

Tempat yang dijadikan sasaran pada penelitian ini ialah PT Tanjung Uncang di Batam Centre, Kelurahan Belian, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata seluruh pelanggan PT Tanjung Uncang pada bulan juli sampai desember 2019 yang berjumlah 218 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, yaitu keseluruhan dari jumlah populasi yaitu 218 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Terdapat 218 responden pada riset ini, dimana para responden sudah diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir serta pendapatan. Pada kategori jenis kelamin terlihat lebih banyak responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 84,9% dibandingkan pria sebesar 15,1%. Kemudian berdasarkan kategori usia, terlihat usia 31 – 40 tahun mendominasi terbanyak sebesar 56,9%, dan terendah 17 – 20 tahun sebesar 2,8% kemudian berdasarkan pada pendidikan terakhir yang mendominasi terbanyak yaitu pendidikan SMA sebesar 55,0% dan terendah pendidikan SD sebesar 1,8%. Serta berdasarkan pendapatan yang mendominasi terbanyak yaitu >Rp 10.000.000 sebesar 61,9% dan terendah <Rp 3.000.000 sebesar 2,8%.

### Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y <sub>1</sub>	0,767	0.1329	Valid
Y <sub>2</sub>	0,784	0.1329	Valid
Y <sub>3</sub>	0,706	0.1329	Valid
Y <sub>4</sub>	0,769	0.1329	Valid
Y <sub>5</sub>	0,656	0.1329	Valid
Y <sub>6</sub>	0,752	0.1329	Valid
Y <sub>7</sub>	0,795	0.1329	Valid
Y <sub>8</sub>	0,763	0,1329	Valid

(Sumber : Hasil Output SPSS 26, 2020)

Dilihat dari pernyataan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kepuasan pelanggan di atas menerangkan bahwa setiap variabel mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang mengartikan setiap instrumen data yang digunakan dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

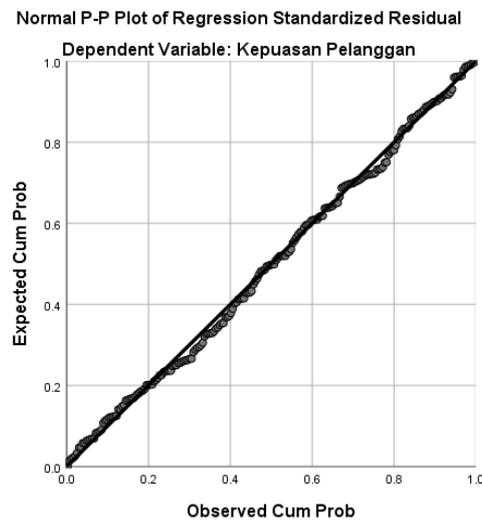
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.898	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	0.923	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.888	0,60	Reliabel

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Pada tabel diatas bisa dijelaskan yaitu variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kepuasan pelanggan mempunyai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ , mengartikan ketiga variabel ini dikatakan reliable.

### Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas  
(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Gambar diatas disebut Normalitas P-Plot yang berarti titik-titik sudah tersebar mendekati garis diagonal dan persebarannya sejalan dengan barisan diagonal. sehingga bisa disimpulkan bahwa data sudah terdistribusi dengan normal.

### Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		218
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.74508885
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.042
	<i>Positive</i>	.042
	<i>Negative</i>	-.021
<i>Test Statistic</i>		.042
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Ditinjau pada tabel diatas bisa dijelaskan hasil Asymp. Sig. (2-tailed) senilai 0,200. Jika hasil tersebut > ketentuan 0.05, berarti data bisa disebut terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel. 4. Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>(Constant)</i>		
Kualitas Produk	.295	3.387
Kualitas Pelayanan	.295	3.387

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Ditinjau dari tabel diatas bisa dijelaskan hasil VIF setiap variabel kualitas produk serta kualitas pelayanan <10. Sehingga diketahui tidak terjadinya multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
<i>(Constant)</i>	3768	.000
Kualitas Produk	.516	.606
Kualitas Pelayanan	-.999	.319

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Ditinjau dari tabel diatas bisa diketahui hasil signifikan variabel kualitas produk serta kualitas pelayanan >0,05. Artinya, heteroskedastisitas tidak terjadi dalam model regresi ini.

### Uji Pengaruh

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
<i>(Constant)</i>	4.360	1.257	
Kualitas Produk	.212	.051	.305
Kualitas Pelayanan	.316	.042	.543

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Terdapat formula dari hasil kalkulasi diatas yaitu:

$$Y = 4,360 + 0,212X_1 + 0,316X_2 + e$$

1. Konstanta = 4,360

Konstanta mempunyai nilai sebesar 4,360 nilai ini menjelaskan pengaruh positif variabel X ( $X_1$  dan  $X_2$ ), jika variabel X naik atau berpengaruh pada satu satuan, berarti variabel kepuasan pelanggan (Y) telah terpenuhi.

2. Kualitas Produk ( $X_1$ ) = 0,212

Variabel kualitas produk mempunyai hasil koefisien regresi senilai 0,212, hasil ini menerangkan bahwa kualitas produk dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan positif. Apabila kualitas produk meningkat 1% maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,212 atau 21,2%.

3. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) = 0,316

Variabel kualitas pelayanan mempunyai hasil koefisien regresi senilai 0,316, hasil ini menerangkan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan positif. Jika kualitas pelayanan meningkat 1% maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,316 atau 31,6%.

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
.816 <sup>a</sup>	.666	.663	2.758

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Pada tabel diatas bisa diketahui hasil R Square yaitu 0,666. Berarti kualitas produk serta kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebanyak 66,6% terhadap kepuasan pelanggan.

**Uji Hipotesis****Uji T ( $X_1$  terhadap Y)**Tabel 8. Hasil Uji T ( $X_1$  terhadap Y)

<b>Model</b>	<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>T</b>	<b>Sig.</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
(Constant)	6.899	1.355		5.091	.000
Kualitas Produk	.529	.031	.761	17.223	.000

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

**Uji T ( $X_2$  terhadap Y)**Tabel 9. Hasil Uji T ( $X_2$  terhadap Y)

<b>Model</b>	<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>T</b>	<b>Sig.</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
(Constant)	5.892	1.248		4.721	.000
Kualitas Pelayanan	.465	.024	.799	19.519	.000

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  
 $t_{hitung} (17.223) > t_{tabel} (1,97101)$  serta hasil signifikan yang didapatkan  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_a$  diterima serta  $H_o$  ditolak. Yang berarti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)  
 $t_{hitung} (19.519) > t_{tabel} (1,97101)$  serta hasil signifikan yang didapatkan  $0,000 < 0,05$  berarti  $H_a$  diterima serta  $H_o$  ditolak. Yang berarti variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Uji F**

Tabel 10. Uji F

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	3255.422	2	1627.711	214.015	.000 <sup>b</sup>
Residual	1635.206	215	7.606		
Total	4890.628	217			

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Ditinjau dari tabel diatas dijelaskan hasil  $F_{hitung} (214.015) > F_{tabel} (3,03)$  serta hasil signifikan yang didapatkan  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima serta  $H_o$  ditolak yang mempunyai arti variabel kualitas produk ( $X_1$ ) serta kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y).

### Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tanjung Uncang. nilai thitung yang didapatkan senilai (17,223) dan nilai ttabel senilai (1,97101), kemudian didapatkan nilai signifikan senilai 0,000. Dilihat dari kriteria pada hasil uji ini yakni jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka, kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil studi ini didukung oleh jurnal studi yang dilaksanakan oleh (Umami et al., 2016) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tanjung Uncang. nilai thitung yang didapatkan variabel kualitas pelayanan senilai (19,519) dan nilai ttabel senilai (1,97101), kemudian didapatkan hasil signifikan senilai 0,000. Dilihat dari kriteria pada hasil uji ini yakni jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka, kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil studi ini didukung oleh jurnal studi yang dilaksanakan menurut (Khairusy & Febriani, 2020) yang menjelaskan yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tanjung Uncang. hasil signifikan dalam pengujian hipotesis ini  $<$  nilai alpha (0,05) yakni  $0,000 < 0,005$ . Selanjutnya hasil Fhitung sebesar  $214,015 > 3,03$  kemudian untuk menjawab hipotesis ketiga (H3) ini yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan bisa dijelaskan yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hasil studi ini didukung oleh jurnal studi yang dilaksanakan menurut (Pandesia et al., 2017) menjelaskan yaitu kualitas produk serta kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

### PENUTUP

#### Kesimpulan

1. Kualitas Produk dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada PT Tanjung Uncang.
2. Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang.
3. Kualitas produk serta kualitas pelayanan pada penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang.

#### Saran

Terdapat saran-saran yang akan penulis berikan untuk peneliti yang akan meneliti selanjutnya, yaitu:

1. Kualitas produk bisa memengaruhi kepuasan pelanggan suatu perusahaan sehingga perusahaan wajib dapat melakukan pengendalian kualitas barang yang akan dijual ke pelanggan, agar pelanggan tidak merasa kecewa atau tertipu.
2. Kualitas pelayanan bisa memengaruhi kepuasan pelanggan suatu perusahaan sehingga perusahaan harus bisa melakukan pelayanan saat proses pembelian dengan lebih cepat dan baik agar pelanggan akan merasakan pelayanan yang diberikan baik dan nyaman.
3. Faktor kualitas produk serta kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga setiap perusahaan wajib bisa meningkatkan pengontrolan maupun evaluasi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alas, R., Übius, U., Lorents, P., & Matsak, E. (2017). Corporate Social Responsibility In European And Asian Countries. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi (JMBI) UNSRAT Vol. 4 No. 1*.
- Anwar, S. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Pt . Federal International Finance Cabang Jember Anwar Sholeh Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember E- Mai, 2(2), 1–20.

- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77–85.
- Dadang Suhairi. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Honda Autobest Bandung. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43. <https://doi.org/10.32524/jkb.v16i1.364>
- Insyroh, W., & Setyowati, T. (2018). Determinan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso. *International Journal Of Social Science And Business*, 2(3), 132. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16212>
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Kfc Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Feb Unbaja*, 1–12.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115–129.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam, VIII(1), 19–26.
- Ohy, V. K. L., Kalangi, J. A. F., & Rogahang, J. J. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis UNSRAT*, 5(002), 1–10.
- Pandesia, A. E., Saerang, I., & Sumarauw, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1315–1326.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta*, 4(2), 1–8.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sulaeman, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cakrawala Citramega. *Jurnal KREATIF*, 6(1), 125–145.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>
- Tulung, J. E., & Ramdani, D. (2018). Independence, size and performance of the board: An emerging market research. *Corporate Ownership & Control*, 15(2-1), 201–208.
- Tulung, J.E. (2017). Resource Availability and Firm's International Strategy as Key Determinants of Entry Mode Choice. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(1), 160–168.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe, 250–257

