

Analisis Faktor Kualitas Produk Yang Menentukan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di MT KPBS Pangalengan)

Tombak Gapura Bhagya

Universitas Insan Cendekia Mandiri, Jl. Banten No.11, Bandung, Indonesia

Korespondensi: tombak.gapura.bhagya1@gmail.com

ABSTRACT: Business competition in the service sector and in the manufacturing industry is very tight. The intense competition between these industries causes each industry to try to provide the maximum possible service and product quality. Therefore we need a study that discusses the factors of product quality that determine customer satisfaction. Where this research aims to determine what factors are dominant in product quality, to know how much consumer expectations and customer satisfaction on MT KPBS Pangalengan. This type of research uses descriptive method with sampling technique in the form of convenience sampling with a sample of 98 people. Continued using factor analysis to determine the dominant factor of product quality and using importance performance analysis to measure the level of customer satisfaction. Based on the research results, obtained 5 dominant factors of product quality, namely performance, service, features, suitability and durability. Meanwhile, the level of customer satisfaction is quite good because it turns out that the existing performance is above the average consumer's expectation. Although there is one factor that is still slightly below expectations, namely conformity with a satisfaction score of 97%.

Keywords: factor analysis, product quality, customer satisfaction.

ABSTRAK. Persaingan bisnis di bidang jasa maupun di industri manufaktur sangatlah ketat. Persaingan yang ketat antar industri tersebut menyebabkan masing-masing industri berusaha memberikan pelayanan kualitas produk semaksimal mungkin. Oleh karena itu diperlukan kajian yang membahas mengenai faktor-faktor kualitas produk yang menentukan kepuasan konsumen. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang dominan dalam kualitas produk, mengetahui seberapa besar harapan konsumen dan kepuasan konsumen pada MT KPBS Pangalengan. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik sampling berupa *convenience sampling* dengan sampel 98 orang. Dilanjutkan menggunakan analisis faktor untuk menentukan faktor dominan dari kualitas produk dan menggunakan *importance performance analysis* untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh 5 faktor dominan kualitas produk yaitu kinerja, pelayanan, keistimewaan, kesesuaian dan daya tahan. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen sudah cukup baik karena ternyata kinerja yang ada ternyata diatas harapan konsumen secara rata-rata. Walaupun ada satu faktor yang masih ada sedikit dibawah harapan yaitu kesesuaian dengan nilai kepuasan sebesar 97%.

Kata Kunci: analisis faktor, kualitas produk, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi, mengakibatkan kompetisi menjadi sangat ketat dan berakibat pelanggan semakin banyak dan semakin sulit untuk dipuaskan karena adanya pergeseran kepuasan yang semula hanya memenuhi kebutuhan menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.

Perubahan ini telah mendorong munculnya pemikiran baru, produk baru, pasar baru dan kompetisi baru, sehingga terjadi persaingan yang ketat dari para kompetitor. Kebutuhan dan keinginan pelanggan saat

ini semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga produsen semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Kompleksitas persaingan suatu industry menyebabkan perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitasnya agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Pemenuhan untuk memuaskan konsumen yaitu dengan cara meningkatkan kualitas baik itu kualitas produk, proses ataupun lingkungan. Kualitas pada umumnya diperkenalkan sebagai bahan penting dalam persaingan dan telah menghapus segala factor lainnya.

Perbaikan terhadap kualitas produk, meningkatkan daya saing dan peningkatan *volume* penjualan haruslah segera diupayakan agar produk tetap *exists* di pasar khususnya untuk produk lokal seperti KPBS, mengingat kondisi saat ini sedang tidak stabil karena situasi pandemic covid 19. Untuk itulah diperlukan strategi yang baru agar perusahaan lebih dapat bersaing dan dapat meningkatkan volume penjualan.

Pengukuran kepuasan konsumen sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaingnya, serta untuk menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Umpan balik dari konsumen secara langsung atau dari keluhan konsumen merupakan alat untuk mengukur kepuasan konsumen yang nantinya dapat menjadi acuan perusahaan dalam menentukan strategi bersaing yang tepat. Kepuasan pelanggan/konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap evaluasi ketidakesesuaian antara kepentingan yang dirasakan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Pengukuran terhadap kualitas produk menurut Gaspersz (1997) dilakukan untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat diketahui penyebab dari ketidakpuasan konsumen serta penentuan strategi perbaikannya yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

Produk menurut Tjiptono (2005) diklasifikasikan menjadi tiga kelompok besar, yaitu: barang tidak tahan lama (*nondurable goods*), barang tahan lama (*durable goods*) dan jasa (*services*). Secara tegas dalam membedakan antara barang dan jasa sangatlah sulit, hal ini dikarenakan saat ini setiap pembelian suatu barang seringkali disertakan dengan jasa-jasa tertentu (misalnya instalasi, pemberian garansi, pelatihan dan bimbingan operasional, perawatan dan reparasi) dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang yang melengkapinya (misalnya makanan di restoran, telepon, jasa telekomunikasi).

Kualitas menurut Garvin dan Davis (1994) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenagakerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Suatu produk yang berkualitas harus bisa memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Pentingnya kualitas produk dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus member kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu produk, promosi dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.

MT. KPBS (*Milk Treatment Koperasi Pertenakan Bandung Selatan*) adalah salah satu industry yang bergerak dalam sector industry pengolahan susu, terutama minuman kesehatan. Perusahaan ini berdomisili di Jalan Raya Pangalengan Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang memiliki produk utamanya adalah susu pasteurisasi. Filosofis dari MT. KPBS adalah perusahaan berusaha memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi sesuai dengan tingkat pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan.

METODOLOGI

Metode yang dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan deskriptif dan analisis factor. Sedangkan variable kualitas produk yang digunakan untuk menghasilkan indicator digunakan variable dari Garvin (1994), yang di tampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Karakteristik berdasarkan Variabel Kualitas Produk dari Garvin (1994)

No. Dimensi	Dimensi	Indikator/Manifes
1	<i>Performances</i> (kinerja)	1. Pelayanan tepat waktu. 2. Pelayanan ramah. 3. Pelayanan cepat tanggap.
2	<i>Features</i> (keistimewaan)	4. Tanpa menggunakan tambahan bahan pengawet. 5. Dapat langsung dikonsumsi. 6. Banyak memiliki variasi rasa.
3	<i>Reliability</i> (kehandalan)	7. Kandungan gizinya lengkap. 8. Baik untuk kesehatan tubuh. 9. Baik untuk masa pertumbuhan.
4	<i>Conformane</i> (kesesuaian)	10. Batas limit masa penggunaan jelas. 11. Telah melalui uji badan POM 12. Label komposisi kandungan gizinya jelas.
5	<i>Durability</i> (daya tahan)	13. Daya tahan rasa dan kualitas susu terhadap tempat dan waktu. 14. Daya tahan kemasan pada kondisi tertentu.
6	<i>Serviceability</i> (pelayanan)	15. Produknya mudah didapatkan. 16. Layanan garansi produk. 17. Memiliki pusat layanan pengaduan untuk para konsumen (<i>customer service</i>).
7	<i>Estetika</i> (keindahan)	18. Tampilan kemasannya menarik. 19. Model kemasannya praktis. 20. Tampilan warna kemasan disesuaikan dengan rasa isinya.
8	<i>Perceived Quality</i>	21. Kemurnian rasa susu aslinya tetap terjamin. 22. Ketahanan produk harus sesuai dengan yang tercantum pada kemasan produk

Ukuran sampel dalam suatu penelitian akan mempengaruhi valid atau tidaknya suatu penelitian. Sampel merupakan representasi dari populasi yang diteliti. Ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus dari Bernoulli (Bhagya, 2020) sebagai berikut:

$$n \geq \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \times p \times q}{e^2}$$

Dimana:

- n = Jumlah sampel minimum
- Z = Nilai distribusi normal standar untuk tingkat keberartian.
- α = Tingkat ketelitian
- e = Tingkat kesalahan
- p = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar
- q = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala likert dengan penilaian skala harapan dan kepuasan sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Likert Yang Digunakan

Skala Likert Harapan		Skala Likert Kepuasan	
Skala	Arti Pertanyaan	Skala	Arti Pertanyaan
1	Sangat Tidak Penting	1	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Penting	2	Tidak Penting
3	Cukup Penting	3	Cukup Penting
4	Penting	4	Penting
5	Sangat Penting	5	Sangat Penting

Pengujian alat ukur menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan tujuan apakah alat ukur yang digunakan layak atau tidak. Rumusan yang digunakan untuk uji validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r = Korelasi product moment
- X = Skor pertanyaan
- Y = Skor total seluruh pertanyaan
- XY = Skor pernyataan dikalikan skor total
- N = Jumlah responden

Kriteria validasi suatu pertanyaan apakah pertanyaan tersebut valid atau tidak ditentukan berdasarkan:

- r hitung > r tabel, maka pertanyaan yang diajukan dinyatakan valid.
- r hitung < r tabel, maka pertanyaan yang diajukan dinyatakan tidak valid.

Pengujian alat ukur ketika menggunakan uji reliabilitas, maka digunakan rumusan dari alfa cronbach's, dengan rumusan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot \bar{r}}{1 - (k - 1)\bar{r}}$$

Dimana:

- α = Koefisien keandalan alat ukur
- \bar{r} = Rata-rata korelasi antar variable manifest
- k = Jumlah variable manifest yang membentuk variable laten.

Kriteria reliabilitas suatu alat ukur apakah reliable atau tidak ditentukan berdasarkan koefisien reliable. Menurut Suliyant (2005) koefisien dikatakan reliable bila melebihi 0,6.

Untuk melakukan proses pengolahan data, digunakan metode analisis factor, yaitu teknik analisa yang menyangkut interdependensi antar variable yang pada dasarnya mencoba melakukan penyederhanaan permasalahan untuk memudahkan interpretasi melalui penggambaran pola hubungan ataupun reduksi data. Hal ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi struktur yang terdapat dalam set variable terobservasi. Proses analisis factor ini juga mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variable-variabel yang saling independen satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variable yang lebih sedikit dari jumlah variable awal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan metode Bernoulli, dan berdasarkan metode tersebut diperoleh sampel minimum 31. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 98 orang yang artinya sudah memenuhi syarat.

Sedangkan untuk pengujian alat ukur menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan Program SPSS dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 3. Output Uji Validitas Untuk Nilai Harapan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
X1	86.4490	27.466	.356	.356	.671
X2	86.2251	28.027	.321	.298	.676
X3	86.5510	28.518	.295	.341	.679
X4	86.4286	27.093	.403	.417	.667
X5	86.5000	27.222	.457	.399	.664
X6	86.4286	28.289	.289	.273	.678
X7	86.5306	27.489	.291	.363	.677
X8	86.5204	27.881	.283	.298	.678
X9	86.3163	27.682	.320	.330	.675
X10	86.2143	29.015	.162	.331	.689
X11	86.4592	28.540	.184	.227	.688
X12	86.7857	28.149	.225	.328	.684
X13	86.4592	28.787	.141	.236	.692
X14	86.5102	29.222	.099	.175	.695
X15	86.3469	28.518	.193	.257	.687
X16	86.4694	27.777	.274	.366	.679
X17	86.4694	29.097	.113	.264	.694
X18	86.6939	28.771	.164	.300	.689
X19	86.4490	28.972	.116	.186	.695
X20	86.7449	28.274	.313	.280	.677
X21	86.5918	27.461	.365	.374	.671
X22	86.6837	27.868	.284	.295	.678

Tabel 4. Output Uji Reliabilitas Untuk Nilai Harapan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	N of Items
.691	.700	22

Berdasarkan tabel 3 dan tabel 4 di atas, melalui hasil pengujian yang dilakukan dengan SPSS bisa dilihat bahwa kuesioner yang digunakan memiliki kualitas yang valid dan reliable untuk kuesioner yang digunakan untuk mengukur nilai harapan.

Tabel 5. Output Uji Validitas Untuk Nilai Kepuasan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
X1	91.2245	33.042	.157	.240	.745
X2	91.0816	33.127	.145	.243	.745
X3	90.9490	32.771	.287	.343	.736
X4	90.9490	32.255	.359	.359	.731
X5	90.9388	32.161	.345	.277	.732
X6	91.1429	30.082	.488	.444	.718
X7	91.3163	32.672	.216	.309	.740
X8	91.0408	31.957	.362	.401	.730
X9	90.9082	32.290	.375	.350	.731
X10	91.2143	32.603	.236	.190	.739

X11	91.2245	33.021	.195	.293	.741
X12	91.2245	32.155	.235	.408	.739
X13	91.0510	32.090	.342	.400	.732
X14	91.1735	33.341	.149	.258	.744
X15	91.5408	32.663	.198	.245	.742
X16	91.1735	32.145	.230	.252	.740
X17	91.2041	29.566	.490	.458	.717
X18	90.9796	33.154	.189	.222	.741
X19	91.0612	31.007	.437	.378	.724
X20	91.3980	30.366	.403	.412	.725
X21	91.3878	31.539	.317	.387	.733
X22	91.3163	31.023	.322	.298	.733

Tabel 6. Output Uji Reliabilitas Untuk Nilai Kepuasan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	N of Items
.744	.744	22

Berdasarkan tabel 5 dan tabel 6 di atas, melalui hasil pengujian yang dilakukan dengan SPSS bisa dilihat bahwa kuesioner yang digunakan memiliki kualitas yang valid dan reliable untuk kuesioner yang digunakan untuk mengukur nilai kepuasan. Setelah pengujian alat ukur dinyatakan valid dan reliable, maka dilanjutkan dengan pengerjaan metode analisa factor dengan bantuan program SPSS, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Rekapitulasi Nilai MSA dari Masing-Masing Variabel

Variabel	Nilai MSA	Keterangan
1	0.483	Reduksi
2	0.290	Reduksi
3	0.739	Korelasi
4	0.642	Korelasi
5	0.621	Korelasi
6	0.633	Korelasi
7	0.437	Reduksi
8	0.710	Korelasi
9	0.697	Korelasi
10	0.568	Korelasi
11	0.441	Reduksi
12	0.566	Korelasi
13	0.614	Korelasi
14	0.563	Korelasi
15	0.476	Reduksi
16	0.572	Korelasi
17	0.640	Korelasi
18	0.422	Reduksi
19	0.695	Korelasi
20	0.649	Korelasi
21	0.391	Reduksi
22	0.490	Reduksi

Jika kita lihat nilai pada tabel 7, maka ada beberapa variable manifest yang harus direduksi karena memiliki nilai MSA dibawah 0,5. Hal ini dilakukan karena beberapa variable manifest tersebut ternyata tidak memiliki nilai *interrelationship* yang tinggi terhadap sesama variable yang independen.

Selanjutnya dihitung nilai *eigenvalue* bagi variable manifest yang tidak tereduksi dengan tujuan agar bisa dilihat tingkat keseragaman yang mampu diterangkan oleh suatu factor. Semakin besar nilai *eigenvalue* atau semakin mendekati 1 dari suatu komponen, maka semakin besar keseragaman yang dapat diterangkan oleh komponen tersebut. Hasil dari *eigenvalue* untuk penelitian ini ditampilkan pada tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Nilai *Eigenvalue* pada variable yang terkorelasi

Component	Initial eigenvalues			Extraction Sums of Square Loading			Rotation sums of Square Loading		
	Total	% of variance	Cummulative %	Total	% of variance	Cummulative %	Total	% of variance	Cummulative %
3	3.834	27.386	27.386	3.834	27.386	27.386	2.497	17.836	17.836
4	2.018	14.414	41.800	2.018	14.414	41.800	2.393	17.091	34.927
5	1.513	10.811	52.610	1.513	10.811	52.610	1.670	11.930	46.857
6	1.135	8.104	60.714	1.135	8.104	60.714	1.613	11.518	58.375
8	1.121	8.005	66.720	1.121	8.005	68.720	1.448	10.344	68.720
9	.872	6.231	74.951						
10	.731	5.218	80.169						
12	.692	4.944	85.113						
13	.551	3.932	89.046						
14	.459	3.282	92.328						
16	.341	2.433	94.760						
17	.325	2.320	97.080						
19	.232	1.661	98.741						
20	.176	1.259	100.00						

Setelah mengetahui variable manifest yang mendominasi melalui nilai *eigenvalue* maka dilanjutkan dengan melakukan rotasi factor untuk mengelompokkan variable-variabel manifest tersebut ke dalam beberapa factor dengan lebih baik tanpa tumpang tindih dengan factor yang lainnya. Hasilnya ditampilkan pada tabel 9.

Tabel 9. Rotasi Faktor

	Component				
	1	2	3	4	5
X13	.833	.078	-.014	-.134	-0.48
X12	.731	.063	.017	.123	-.013
X8	.702	.185	-.024	.494	-.107
X4	.614	.117	.533	.002	.032
X6	.168	..771	.246	-.015	.047
X20	.189	.676	.179	.023	-.008
X3	-.086	.657	.095	.075	-.077
X17	.386	.617	.152	.330	.058
X5	.083	.268	.835	-.054	-.060
X19	-.142	.306	.693	.3346	.245
X9	-.026	.134	.072	.885	-.057
X10	.355	-.088	.026	.557	.406
X14	-.043	-.139	.161	.037	.895
X16	-.151	.512	-.226	-.050	.624

Setelah melakukan rotasi factor, maka dihasilkan bobot factor yang akhirnya mengelompokkan factor menjadi 5 faktor. Hasil pengelompokkan variable manifest menjadi variable laten berdasarkan bobot factor tersebut ditampilkan pada tabel 10.

Tabel 10. Pengelompokan variable manifest yang membentuk variable laten

Faktor	Bobot Faktor	Variabel (X)	Variabel Manifes	Persamaan
1	0.833	13	Daya tahan rasa dan kualitas susu terhadap waktu	Kinerja
	0.731	12	Label komposisi kandungan gizinya jelas	
	0.702	8	Baik untuk kesehatan tubuh	
	0.614	4	Kesegaran susunya tetap terasa, walau tanpa bahan pengawet	
2	0.771	6	Memiliki banyak variasi rasa	Pelayanan
	0.676	20	Tampilan warna kemasan disesuaikan dengan rasa susunya	
	0.657	3	Pelayanannya cepat tanggap	
	0.617	17	Memiliki pusat layanan pengaduan untuk para konsumen (<i>customer service</i>)	
3	0.835	5	Produknya dapat langsung dikonsumsi	Keistimewaan
	0.693	19	Desain model kemasannya praktis	
4	0.885	9	Produknya baik untuk masa pertumbuhan	Kesesuaian
	0.557	10	Batas tenggang penggunaan produknya jelas	
5	0.895	14	Daya tahan kemasan pada kondisi tertentu	Daya tahan
	0.624	16	Memiliki layanan garansi produk	

Setelah data direduksi dan dikelompokkan dengan menggunakan analisis factor, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data dengan menggunakan *importance-performance analysis*. Tingkat kesesuaian perbandingan antara penilaian kinerja kualitas layanan yang diberikan dengan harapan konsumen. Hasil dari *importance-performance analysis* ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 11. Nilai Tingkat Kepuasan Konsumen

Item	Harapan	Kinerja	R Harapan	R Kinerja	Gap	Tingkat kesesuaian %
3	398	446	4.061	4.551	-0.49	112.07%
4	410	446	4.183	4.551	-0.368	108.80%
5	403	447	4.112	4.561	-0.449	110.92%
6	410	427	4.183	4.357	-0.174	104.16%
8	401	437	4.091	4.459	-0.368	109.00%
9	421	450	4.295	4.591	-0.296	106.89%
10	430	420	4.387	4.285	0.102	97.67%
12	375	419	3.826	4.275	-0.449	111.74%
13	407	436	4.153	4.448	-0.295	107.10%
14	402	424	4.102	4.326	-0.224	105.46%
16	406	424	4.142	4.326	-0.184	104.44%
17	406	421	4.142	4.295	-0.153	103.69%
19	408	435	4.163	4.438	-0.275	106.61%
20	379	402	3.867	4.102	-0.235	106.08%
Rata2	404.00	431.00	4.122	4.3975	-0.276	106.76%

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan, berikut ini akan disampaikan beberapa kesimpulan dari penelitian ini yang menjadi perhatian peneliti:

- Setelah melalui analisis factor yang merupakan proses dalam mereduksi variable-variabel yang dianggap kurang penting, dari 22 variabel manifest dihasilkan 14 variabel manifest yang dianggap berpengaruh dalam kualitas produk.
- Tingkat harapan responden yang paling tinggi yaitu pada factor kesesuaian khususnya pada variabel manifest batas tenggang penggunaan produknya harus jelas dengan presentasi nilai rata-rata 4,387.
- Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepuasan, diketahui bahwa tingkat kepuasan yang paling tinggi ada pada factor pelayanan, khususnya pada variabel manifest tentang epatnya tanggapan dalam melayani keluhan dengan nilai 112 %.
- Prioritas perbaikan dilakukan terhadap variable-variabel yang memiliki nilai kepentingan terbesar dan nilai kepuasan yang rendah. Dari 14 variabel manifest, ada 1 variabel yang memiliki nilai kepuasan di bawah 100% dan perlu dilakukan perbaikan, yaitu pada tampilan batas tenggang penggunaan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhagya, T.G., (2020), *EJurnal Decision Jurnal Administrasi Publik Vol.2 No. 1*, Pengaruh Profesionalisme Birokrasi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Pada Biro Pelayanan Sosial Dasar Setda Jabar, Universitas Pasundan, Bandung.
- Garvin, D.A., (1994), *Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge*, 3rd Edition, Free Press Harvard, US.
- Gaspersz, V., (1997), *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suliyono, (2005), *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Penerbit: PT. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, F., (2005), *Service, Quality & Satisfaction*, Penerbit: Andi, Yogyakarta.