

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. FAJAR AGUNG PHARINDO PROVINSI BANTEN

Raga Aquino¹
Regasetya77@gmail.com
Universitas Banten

Asih Kurnianingsih²
Asihryanda9@gmail.com
Universitas Banten Jaya

Aepullah³
Aepullah1992@gmail.com
Universitas Banten

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction PT. Fajar Agung Pharindo, Banten Province. This type of research is explanatory, with the technique of collecting data through a questionnaire. The sampling technique used saturated sampling technique, the sample amounted to 80 people who are employees of PT. Fajar Agung Pharindo. The analytical method used in this research is quantitative data analysis.

From the results of hypothesis testing shows that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this research is product quality and service quality have a positive and significant impact on customer satisfaction at PT. Fajar Agung Pharindo either partially or simultaneously.

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

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Fajar Agung Pharindo, Provinsi Banten. Jenis penelitian ini adalah explanatory, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh, sampel berjumlah 80 orang yang merupakan karyawan PT. Fajar Agung Pharindo. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Fajar Agung Phrindo baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang kesehatan maka semakin tinggi juga kesadaran masyarakat dalam meningkatkan kesehatan. Obat merupakan komoditi utama yang digunakan manusia untuk menunjang kesehatannya. Begitu pentingnya obat dalam hidup manusia sehingga dalam pembuatannya pun obat harus memenuhi kriteria *efficacy*, *safety*, dan *quality*. Kriteria tersebut harus terpenuhi mulai dari pembuatan, pendistribusian hingga penyerahan obat ke tangan konsumen haruslah diperhatikan agar kualitas obat tersebut tetap terjaga sampai pada akhirnya obat tersebut dikonsumsi oleh pasien.

Perusahaan diharapkan menggunakan suatu strategi tertentu dimana itu dapat mengatasi pasar persaingan. Perusahaan bisa dikatakan sukses apabila berhasil memenangkan pasar persaingan dan mendapatkan konsumen dan mempertahankan konsumen. Syarat yang wajib dimiliki suatu perusahaan yaitu harus mampu memahami perilaku konsumennya apabila ingin mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Perusahaan yang mampu memasarkan produknya dengan baik dan mengerti akan permintaan konsumennya, maka perusahaan tersebut memiliki peluang yang cukup besar untuk memenangkan persaingan dunia usaha. Perusahaan dapat melakukan berbagai strategi salah satunya adalah meningkatkan Kualitas produk.

Kualitas produk adalah salah satu strategi dan upaya perusahaan untuk membuat konsumen merasa puas dengan

produk yang sudah dibeli, dengan meningkatkan kualitas produk yang membuat konsumen tetap setia membeli produk yang sama atau produk berbeda di perusahaan yang sama karena sudah merasa percaya dengan kualitas produk dari perusahaan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu hasil yang dapat diciptakan dengan melakukan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan tidak bisa disimpan akan tetapi dapat dirasakan manfaatnya dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah tujuan utama bagi setiap perusahaan agar konsumen melakukan pembelian kembali, menciptakan [loyalitas pelanggan](#), dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan. Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016:3). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang

dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Perusahaan yang menggunakan strategi yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam proses untuk kepuasan pelanggan adalah PT. Fajar Agung Pharindo. Produk yang di distribusikan oleh perusahaan PT. Fajar Agung Pharindo adalah Obat-obatan yang berasal dari beberapa *Principle* sebagai supplier yang tugasnya memenuhi estimasi dan kebutuhan para pelanggan PT. Fajar Agung Pharindo.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena bisnis pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas Produk di PT. Fajar Agung Pharindo?
2. Bagaimana kualitas pelayanan PT. Fajar Agung Pharindo?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen PT. Fajar Agung Pharindo?
1. Berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo?
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo?
3. Berapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo?

2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas Produk di PT. Fajar Agung Pharindo.
2. Untuk mengetahui kualitas Pelayanan di PT. Fajar Agung Pharindo.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas Produk adalah sebagai berikut, "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*".

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut, “*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”.

Indikator Kualitas Produk

Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja)
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan)
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
4. *Durability* (daya tahan)
5. *Serviceability* (Kemudahan Melayani)

2. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Menurut Wyock (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:268) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Indikator Kualitas Layanan

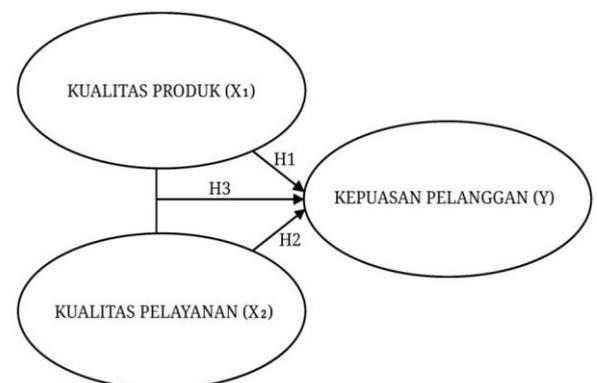
Fandy Tjiptono (2016:204) menjelaskan bahwa ada lima indikator kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan seperti berikut ini:

1. *Tangible* (Bukti Langsung)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Responsiveness* (Kesiapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Emphaty* (Empati)

KERANGKA PENELITIAN

Adapun kerangka pemikiran yang berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan analisis terhadap bukti-bukti empiris dari penelitian terdahulu maka variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini disajikan dalam gambar berikut:

Gambar Model Penelitian



HIPOTESIS

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
H2: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *kuantitatif research* yaitu peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel bebas, yaitu pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Populasi menurut Sugiyono (2011), adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2010).

Populasi yang menjadi analisa dalam penelian ini adalah jumlah konsumen dari bulan januari sampai juni yaitu sebanyak 410 konsumen. nasabah khusus yang berada di Provinsi Banten. Sedangkan sampel menggunakan rumus *slovin* hasilnya yaitu 80.

Penelitian ini digunakan teknik teknik analisis data dengan menggunakan SPSS 20 *for windows*.

ANALISIS DATA

Adapun hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini telah memenuhi uji persyaratan analisis linear berganda, dan sudah memenuhi persyaratan dengan telah di uji validitas dan reabilitasnya.

Hasil pengujian regresi berganda adalah sebagai berikut:

No	Variabel	Koefisien	t hitung	Sig
1	Kualitas produk(X1).	0,489	5,542	0.000
2.	Kualitas pelayanan (X2).	0,368	4,094	0,000

Hasil pengujian korelasi dan dterminasi adalah sebagai berikut:

Model Summary

Mode	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,749 ^a	,561	1,756

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1
sementara itu hasil Uji-T sebagai berikut antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Uji Parsial				
t _{hitung}	5,542	dan	Sig.	0,000
Keputusan : signifikan pada taraf kesalahan 5%				
Kesimpulan : X ₁ berpengaruh positif terhadap Y				

Sementara itu hasil Uji-T sebagai berikut antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Uji Parsial				
t _{hitung}	4,094	Dan	Sig.	0,000
Keputusan : signifikan pada taraf kesalahan 5%				
Kesimpulan : X ₁ berpengaruh positif terhadap Y				

Dan hasil Uji-F sebagai berikut

F	Sig.
49,152	,000 ^b

diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 49,152$ lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,72 ($49,152 > 2,72$) dan alpha hitung (*Sig.*) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ($0,000 < 0,05$). maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

1.Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yaitu H_1 yang menyatakan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dapat diterima. H_1 dibuktikan melalui analisis jalur pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen yang memiliki koefisien sebesar 0,489 menunjukkan pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen positif dan signifikan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan bisa meningkatkan kepuasan konsumen PT. Fajar Agung Pharindo Provinsi Banten.

2.Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil temuan yaitu H_2 yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dapat diterima. H_2 dibuktikan melalui analisis jalur pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen Koefisien jalur sebesar 0,409 menunjukkan pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen positif dan signifikan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada pada konsumen, maka maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan bisa meningkatkan kepuasan konsumen PT. Fajar Agung Pharindo Provinsi Banten.

3.Pengaruh Produk dan Kualits Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Hasil temuan yaitu H_3 yang menyatakan pengaruh simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien positif dan signifikan yang berarti diterima. diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 49,152$ lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,72 ($49,152 > 2,72$) dan alpha hitung (*Sig.*) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ($0,000 < 0,05$). maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Produk berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Anggraeni dan Sunarati (2016); Setyo (2017) dan Utami et al., (2016) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Istiantin (2015); Sigit dan Oktafani (2014); Krisdianti dan Sunartin (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Yanto (2017); Sembiring et al., (2014) dan Bahar an

Sjahrudin (2017) menyatakan bahwa yang Secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa rata-rata item terendah pada variabel kualitas produk yaitu mengenai tahun kadaluarsa yang lama. Hasil menunjukkan bahwa pelanggan merasa masa tahun kadaluarsa harus di diperhatikan jangan sampai tahun kadaluarsanya sudah dekat dijual pada pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa rata-rata item terendah pada variabel kualitas pelayanan yaitu penampilan karyawan dan peralatan kerja lengkap. Di harapkan kualitas pelayanan di PT. Fajar Agung Pharindo memberikan kelengkapan pakaian yang seragam dan lain-lain.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa rata-rata item terendah pada variabel kepuasan pelanggan yaitu bersedia membayar lebih atas produk PT. Fajar Agung Pharindo, hal bahwa produk masih dirasakan mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, (2016): Manajemen Pemasaran. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Armstrong, Kotler, (2015): *“Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”*, England: Person Education, Inc.
- Armstrong, Kotler 2015, *“Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”*, England: Pearson Education, Inc
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Athira Tjahya Utami, (2016): Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung)”. e-Proceeding of Management: Vol.3, No.1.
- Afriani bahar, (2015): Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. Jurnal Organisasi Dan Manajemen. Volume3(September,2015).
- Dita Putri Anggraeni, (2016): Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 37 No. 1.
- Dika Lambang Krisdianti, (2019): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 70 No. 1.
- Eswika Nilasari, (2015): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Inka Janita Sembiring, (2014): Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald’s MT. Haryono Malang) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong, (2016): Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1.Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition .New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Managemen, 15th Edition,Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. SalembaEmpat: Jakarta.
- Mardalis, (2014): Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: BumiAksara.
- Purnomo Edwin Setyo, (2017): Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6: 755 – 764.
- Reza Dimas Sigit ,(2014): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Ifi Futsal Bandung). Universitas Telkom.
- Sugiyono, (2017): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta, CV.
- Sugiyono, (2016): Metode Penelitian



Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods), Cetakan ke-8, Alfabeta Bandung

Sugiyono, (2015): Metode Penelitian dan Pengembang (Research and Development/ R&D), Cetakan ke-1, Alfabeta Bandung.

Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. IN MEDIA: Bogor.

Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. 2015. Pelanggan Puas ? Tak Cukup !. Andi. Yogyakarta.

Tri Yanto, (2017): Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri). Simki-Economic Vol. 01 No. 02.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta