

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. HARCO NANCY MEDAN

¹Novira Anggini Hutasuhut, ²Ngatno Sahputra, ³Al Firah

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa

alfirah86@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Kualitas produk CV. Harco Nancy Medan yang menurun disebabkan efisiensi karyawan dan hasil cetakan tidak maksimal, ketepatan waktu penyelesaian pesanan yang kurang optimal sehingga konsumen merasa kecewa karena tidak sesuai kesepakatan. Hal ini berdampak negatif pada meurunnya minat pemesanan cetakan. Identifikasi masalah mencakup kurangnya kualitas hasil cetakan yang di produksi CV. Harco Nancy, keterlambatan produsen dalam menyelesaikan pesanan konsumen, meurunnya kepuasan konsumen dikarenakan kualitas dan ketepatan waktu pemesanan. Populasi meliputi pelanggan CV. Harco Nancy Medan berjumlah 150 orang. Sample berjumlah 60 responden. Jenis dan sumber data (data primer dan data sekunder). Metode pengumpulan data (pengamatan, wawancara, studi dokumentasi, kuesioner). Teknik Analisis Data (uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas), pengujian hipotesis (regresi linear berganda, uji t, uji F, uji determinasi)). Hasil penelitian dengan uji t pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,113 > t_{tabel} 1,667$, dengan signifikan $0,003 < 0,5$ berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Uji t parsial pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,901 > t_{tabel} 1,667$ dengan signifikan $0,000 < 0,5$. berarti H_2 diterima dan H_0 ditolak, ada pengaruh yang signifikan antara ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. $F_{hitung} 13,024$ dengan tingkat signifikan $0,000$, sedangkan $F_{tabel} 3,14$ dengan signifikan $0,5$. Maka $F_{hitung} \geq F_{tabel} : 13,024 \geq 3,14$, menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak sehingga ada pengaruh signifikan kualitas produk dan ketepatan waktu masih memiliki kesenjangan sehingga mengakibatkan pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen pada CV. Harco Nancy Medan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Ketepatan Waktu, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingkat Persaingan usaha dalam era bisnis terutama pada masa pandemi Covid-19 saat ini sangat ketat semua ini dikarenakan berkurangnya konsumen yang biasanya dari 100% menjadi hingga 60%. Perusahaan - perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan pangsa pasar untuk meraih konsumen baru disamping mempertahankan konsumen yang sudah ada sebelumnya. Bidang usaha yang sangat merasakan persaingan tinggi saat ini diantaranya adalah bidang jasa percetakan.

CV. Harco Nancy merupakan percetakan (*printing*) yang dapat memproduksi salinan dari sebuah gambar secara cepat, seperti kata-kata dan gambar di atas kertas, kain, kalender, buku, majalah, undangan, surat kabar, poster, sticker, kertas dinding, jam dinding, bahkan payung juga bisa menjadi media percetakan. Hasil percetakan dapat dengan cepat menyampaikan pemikiran dan informasi ke semua orang, percetakan dianggap sebagai salah satu penemuan yang paling penting dan sangat berpengaruh di dalam kehidupan manusia pada saat ini.

CV. Harco Nancy sebagai salah satu dari sekian banyak percetakan yang ada di Kota Medan yang harus menghadapi dinamika persaingan yang sangat ketat dengan sesama pengusaha percetakan lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting pula peranan kualitas produk ketepatan waktu dan kepuasan pelanggan dalam memasarkan barang atau jasa yang diperdagangkan guna mempertahankan usaha percetakan yang dimaksud.

Ketepatan waktu mempunyai peran penting dalam penyelesaian pesanan dari konsumen jika tertata dengan baik maka akan menarik minat konsumen terhadap pembelian, pemesanan oleh konsumen dalam melakukan kerjasama dengan percetakan untuk mencetak sesuai yang mereka inginkan.

Tabel Pemesanan Cetakan CV. Harco Nancy

No	Nama Cetakan	Tanggal Awal Pemesanan	Tanggal Selesai Pemesanan
1	Undangan	1 November 2021	3 November 2021
2.	Cetak Buku	10 November 2021	17 November 2021
3.	Kalender	10 November 2021	15 November 2021
4.	Cetak Brosur	13 November 2021	15 November 2021

Sumber : CV. Harco Nancy (2021)

Sedangkan untuk menjaga kualitas produk pada konsumen juga merupakan bagian utama dari pemasaran sebagai alat terciptanya kepuasan konsumen dan juga untuk menentukan suksesnya suatu perusahaan agar dapat bertahan, bersaing untuk menguasai pasar. Kualitas produk adalah sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan Jasa atau didefinisikan sebagai perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memahami kebutuhannya.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan kinerja produk dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Dari uraian diatas, dapat dilihat dimana kualitas produk yang menurun disebabkan penanganan karyawan yang kurang efisien sehingga hasil cetakan tidak maksimal seperti yang diharapkan konsumen. Ketepatan waktu penyelesaian pesanan yang kurang optimal sehingga konsumen merasa kecewa karena tidak sesuai dengan waktu penyelesaian yang telah ditentukan. Hal ini berdampak negatif yang mengakibatkan kurangnya minat pemesanan cetakan oleh konsumen. Kualitas produk dan ketepatan waktu masih memiliki kesenjangan sehingga mengakibatkan pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen pada CV. Harco Nancy Medan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang di paparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Harco Nancy Medan“**

Identifikasi Masalah

1. Kurangnya kualitas hasil cetakan yang di produksi CV. Harco Nancy
2. Keterlambatan produsen dalam menyelesaikan pesanan konsumen
3. Menurunnya kepuasan konsumen dikarenakan kualitas dan ketepatan waktu pemesanan

Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi permasalahan yang akan dibahas, hanya menekankan pada pengaruh kualitas produk dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen di CV. Harco Nancy Medan.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Harco Nancy Medan ?
2. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Harco Nancy Medan ?
3. Apakah kualitas produk dan ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Harco Nancy Medan ?

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan, mencakup mendesain produk, memproduksi, operasional, menciptakan sistem dan saluran distribusi, iklan dan lainnya. Gitosudarmo (2014:165), Kualitas produk sebagai kesesuaian produk dengan harapan konsumen atas biaya yang harus ditanggung oleh konsumen apabila membeli barang tersebut semakin berkualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen akan dapat terpenuhi.

Pentingnya Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2016:98), kualitas produk peranan penting dalam berbagai hal, yaitu :

1. Meningkatkan Reputasi Perusahaan, mendapatkan predikat baik dari konsumen sebagai perusahaan yang mengutamakan kualitas produknya.
2. Menurunkan Biaya, untuk menghasilkan produk/ jasa yang memiliki kualitas baik, perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi.
3. Meningkatkan Pangsa Pasar. Pangsa pasar akan tercapai apabila minimasi biaya tercapai, karena perusahaan tetap dapat menekan harga walaupun kualitas adalah target utama.
4. Adanya Tanggung Jawab Produk, perusahaan semakin bertanggung jawab terhadap fisik, proses dan distribusi produk/jasa untuk memenuhi keinginan konsumen.
5. Penampilan Produk, kualitas produk/ jasa akan semakin dikenal dipasar.
6. Mewujudkan Kualitas yang baik, persaingan saat ini bukan lagi masalah harga, namun sikap konsumen yang rela membeli produk/jasa dengan harga tinggi, namun harus diimbangi dengan kualitas yang tinggi juga.

Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Sofjan Assauri (2009: 362), beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu :

1. Pasar. Konsumen menyadari jika ada produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Jumlah produk berkualitas yang didistribusikan oleh perusahaan/ perseorangan tentunya akan terus tumbuh dan berkembang. Variasi produk yang ditawarkan dan bertambahnya jumlah produsen maka pasar akan tumbuh, akhirnya bisnis harus menyesuaikan dengan kondisi pasar yang berubah cepat.
2. Uang. Bertambahnya persaingan bisnis serupa akan menyebabkan turunnya batas keuntungan bagi setiap perusahaan. Diiringi dengan meningkatkan kebutuhan yang berhubungan dengan otomatisasi dan ketepatan strategi menyebabkan membengkaknya biaya operasional untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi yang diimbangi dengan naiknya produktivitas menimbulkan kerugian produksi dalam jumlah besar.
3. Manajemen. Perencanaan bertanggung jawab untuk menciptakan suatu produk yang dapat memenuhi kualitas. Dan bagian produksi harus mengembangkan serta memperbaiki proses agar dapat memberikan kemampuan yang tepat dan cukup dalam menciptakan suatu produk yang sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan.
4. Motivasi. Pekerja membutuhkan motivasi dalam bentuk apresiasi sebagai pengakuan yang dapat memperkuat rasa keberhasilan kerja atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini terlihat ke arah kebutuhan yang ada sebelumnya yaitu pendidikan dan komunikasi dengan kualitas yang lebih baik.
5. Mesin dan Mekanik. Kualitas yang baik akan menjadi faktor utama dalam menjaga umur mesin agar fasilitas yang ada didalamnya dapat digunakan sesuai dengan kegunaannya.
6. Metode Informasi Modern. Teknologi informasi menyediakan metode mengelola informasi yang tepat, akurat yang mendasari keputusan bisnis yang lebih baik. Cara untuk mengoperasikan mesin, proses produksi, mengendalikan produk hingga sampai di tangan konsumen.
7. Bahan. Adanya tuntutan produksi yang harus ditekan dengan tetap memperhatikan kualitas. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih banyak dan beragam.
8. Persyaratan proses produksi. Perancangan produk seiring cepatnya waktu berpindah, membutuhkan pengendalian yang lebih signifikan dalam proses produksi. Meningkatnya persyaratan yang lebih tinggi menekan pentingnya keamanan dan daya tahan dari produk tersebut.

Dimensi Kualitas Produk

Tjiptono (2014 : 153), dimensi kualitas produk, yaitu :

1. Kinerja, berhubungan dengan fungsional dari produk itu sendiri sehingga dibutuhkan pertimbangan oleh pelanggan untuk membeli produk tersebut.
2. Estetika, berhubungan dengan penampilan suatu produk untuk dilihat, aroma, rasa.
3. Daya tahan (usia produk), apabila penggunaan produk semakin sering atau banyak, maka daya tahan suatu produk akan berkurang.
4. Kesesuaian spesifikasi, berhubungan dengan kesamaan antara kesesuaian barang yang diminta dengan barang ketika diterima konsumen.

5. Keandalan, berhubungan dengan kemungkinan seberapa produk tersebut mampu berkerja dengan memuaskan atau tidak, serta memperhatikan bagaimana produk tersebut berjalan sesuai fungsinya.
6. Keistimewaan tambahan, karakteristik tambahan yang melengkapi manfaat dari suatu produk. Apabila manfaat utama telah terpenuhi, maka perlu ditambahkan fitur untuk menambah kualitas produk agar lebih menarik di mata konsumen.
7. Kemampuan diperbaiki, karakteristik yang bertepatan dengan kepercayaan memberikan perbaikan saat terjadi keluhan pada konsumen terhadap produk yang diproduksi perusahaan.
8. Presepsi terhadap kualitas, hasil pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui kemungkinan apabila konsumen tidak memahami informasi produk secara lengkap mengenai reputasi, citra produk dan tanggung jawab perusahaan didalamnya.

Ketepatan waktu

Nuriyanto (2014), peningkatan ketepatan waktu dapat dilakukan apabila adanya sinergi antara pihak regulator dan operator dengan sistem perencanaan yang baik, menetapkan standar operasional yang tinggi, penambahan frekuensi pelayanan dan mesin cetak terhadap pemesanan cetakan yang disesuaikan dengan kapasitas dalam mengerjakan pesanan.

Manfaat dan Pengelolaan dari Manajemen Waktu

Widyastuty (Erna Parmita 2013:63), manajemen waktu adalah kemampuan untuk memprioritaskan, menjadwalkan dan melaksanakan tanggung jawab individu demi kepuasan individu tersebut. Beberapa pengelolaan manajemen waktu yaitu :

1. Manajemen waktu dapat membantu menentukan prioritas kerja
2. Mengurangi kecenderungan untuk menunda - nunda pekerjaan
3. Mencegah individu mengerjakan dua atau lebih pekerjaan pada waktu yang bersamaan
4. Dapat membantu proses evaluasi terhadap hasil pekerjaan individu/ organisasi

Dimensi Ketepatan Waktu Dalam Memenuhi Pemesanan Barang Dan Jasa

Yazid dalam Huda (2016:133), bagi sejumlah perusahaan jasa, waktu adalah kendala utama untuk proses produksi jasanya, bila waktu mereka tidak dipergunakan secara efektif dan harus menyesuaikan dengan waktu yang akan dicapai sesuai dengan permintaan.

1. Tepat Waktu dalam Pemesanan, pihak percetakan dapat menyusun jadwal cetak semaksimal mungkin dalam pelayanannya terhadap konsumen guna memenuhi permintaan dan tercapainya kepuasan konsumen.
2. Tidak ada keterlambatan pemesanan, pemesanan yang tidak mengikuti prosedur sehingga pihak percetakan mengalami kendala dan tumpang tindihnya pemesanan yang akan berdampak negatif bagi konsumen.
3. Memberikan janji pesanan selesai tepat waktu, kesepakatan antara pihak percetakan dengan konsumen, agar tidak ada kesalah pahaman dan keterlambatan penyelesaian pesanan sesuai yang diharapkan konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi oleh pihak percetakan.

Hambatan dalam Manajemen Waktu

Herawati (2011 : 3), beberapa hambatan bagi individu dalam memanajemen waktu yaitu :

1. Mendahulukan pekerjaan yang dicintainya, baru kemudian mengerjakan pekerjaan yang kurang diminatinya.
2. Mendahulukan pekerjaan yang mudah sebelum mengerjakan pekerjaan yang sulit.
3. Mendahulukan pekerjaan yang cepat penyelesaiannya, sebelum menyelesaikan pekerjaan yang membutuhkan waktu yang lama.
4. Mendahulukan pekerjaan darurat / mendesak, sebelum menyelesaikan pekerjaan yang penting.
5. Menunggu batas waktu (keadaan yang mendesak) untuk menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

Kepuasan Konsumen

Oliver dalam J Supranto (2014:233), Kepuasan adalah tingkat perasaan (senang atau kecewa) seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dengan hasil kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Sedangkan Rambat Lupiyoadi (2014:192), Kepuasan

adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk barang atau jasa yang diterima dan diharapkan.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI:2015), Konsumen adalah pemakai barang/ jasa dan barang hasil produksi/ industri. Konsumen dalam penelitian ini adalah individu atau kelompok yang menggunakan jasa di CV. Harco Nancy Medan untuk membuat undangan, kop surat, kartu nama dengan ukuran dan jumlah tertentu agar mendapatkan tingkat kepuasan yang diinginkan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan diharapkan. Apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, tetapi apabila kinerja melebihi atau sama dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberikan komentar positif terhadap perusahaan, serta dengan senang hati mempromosikan perusahaan tersebut walau tanpa adanya imbalan.

Pengukuran kepuasan konsumen

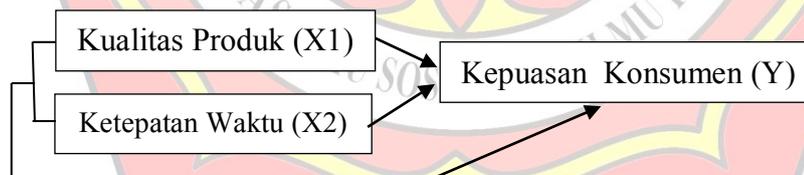
Tjiptono (2014:60), ada tiga aspek pengukuran kepuasan konsumen, yaitu :

1. Kepuasan secara general atau keseluruhan (*Overall satisfaction*).
2. Konfirmasi harapan (*Confirmation of expectations*), kesesuaian antara kinerja dan ekspektasi yang diharapkan pelanggan.
3. Perbandingan dengan situasi yang ideal (*comparison to ideal*), kinerja produk dibandingkan dengan produk yang ideal menurut persepsi konsumen.

Faktor Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2014 :232), faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yaitu :

1. Kualitas Produk, Pelanggan mencapai tingkat kepuasan apabila produk yang mereka dapatkan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan, Pelanggan akan mencapai tingkat kepuasan apabila pelanggan tersebut mendapatkan perilaku yang baik sesuai yang diharapkan pelanggan.
3. Emosi, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum apabila konsumen tersebut menggunakan produk tertentu.
4. Harga, Produk memiliki kualitas yang sebanding akan tetapi memiliki harga yang kompetitif dengan pesaing.
5. Biaya, Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.



Gambar Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Sugiyono (2014:134), “Hipotesis jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Harco Nancy Medan
- H₂ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Harco Nancy Medan
- H₃ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan Kualitas Produk dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Harco Nancy Medan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Percetakan Harco Nancy Medan, Jl. Mesjid Kelurahan Kesawan Medan Kecamatan Medan Barat Sumatera Utara

Populasi

Sugiyono (2016:68), populasi mengartikan wilayah generalisasi yang terjadi atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas/ karakter tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan pada CV. Harco Nancy Medan yang berjumlah 150 pelanggan.

Sample

Sugiyono (2016:116), Sampel penelitian merupakan suatu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam penelitian yaang akan kitaa lakukan. Sampel penelitian mencerminkan dan menentukan seberapa jauh sampel tersebut bermanfaat.

Keterangan :

n : ukuran sampel
 N : ukuran populasi
 e : tingkat kesalahan
 α : 0.10 (Rumus Slovin)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Maka sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu :

$n = 150 / 1 + 150 (0,10)^2 = 60$ pelanggan CV. Harco Nancy Medan

Jenis dan Sumber Data : data primer dan data sekunder

Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2016:30), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (pengamatan, wawancara, studi dokumentasi, kuesioner)

Teknik Analisis Data : uji validitas, uji realibitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas), pengujian hipotesis (regresi linear berganda, uji t, uji F, uji determinasi)

Tabel Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Penawaran ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dikonsumsi memenuhi keinginan dan kebutuhan. (Tjiptono, Fandy: 2014)	1. <i>Performance</i> (Kinerja) 2. <i>Serviceability</i> (Pelayanan) 3. <i>Durability</i> (Daya Tahan) Tjiptono, Fandy (2014:153)	Likert
Ketepatan Waktu (X2)	Waktu Pelayanan Jasa dalam memenuhi pemesanan barang/ jasa (Goverde : 2013)	1. Tepat Waktu Pemesanan 2. Keterlambatan pemesanan 3. Janji pesanan tepat waktu Yazid dalam Huda (2016:133)	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Konsep riset pelanggan (menilai kinerja pelayanan dibandingkan dengan harapan sebelum membeli. (Fornel, Tjiptono : 2015)	1. Kesesuaian 2. Persepsi kinerja, 3. Penilaian Fornel (Tjiptono, 2015:60)	Likert

HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengolah data berupa 6 pertanyaan kuisioer untuk masing-masing variabel Kualitas Produk (X1), Ketepatan Waktu (X2), Kepuasan Konsumen (Y). Angket yang disebarkan kepada 60 orang sebagai sampel penelitian dan skala *likert*.

Tabel Karakteristik Responden

No	Faktor Demografi		Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	30	50,00%
		Wanita	30	50,00%
	Jumlah		60	100,00%

2	Usia	20-29 tahun	15	25%
		30-39 tahun	30	50%
		40-49 tahun	15	25%
		Jumlah	60	100,00%
3	Pekerjaan	Percetakan Swasta	30	50%
		Mahasiswa	10	16,67%
		PNS	5	8,33%
		Masyarakat	15	25%
		Jumlah	60	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Uji Validitas

Bertujuan mengukur dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} kriteria pengujian apabila $r_{tabel} <$ dari r_{hitung} dengan menggunakan sig 0,5% sebagai alat ukur tersebut menyatakan valid dan sebaliknya $r_{tabel} >$ dari r_{hitung} tidak valid pengujian validitas dengan menggunakan 60 responden maka nilai sig yaitu 0,2144 yang dimana $df = (60-2) = 58$

Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Ket
1	Kualitas yang dihasilkan oleh CV. Harco Nancy Medan lebih bagus dari pada percetakan lain	0,2144	0,345	Valid
2	Produk jenis cetakan apapun yang dibutuhkan tersedia ada di CV. Harco Nancy Medan	0,2144	0,435	Valid
3	Semua produk cetakan yang dibutuhkan ada di CV. Harco Nancy Medan	0,2144	0,694	Valid
4	Tata cara melakukan pemilihan cetakan memberikan kemudahan dalam memilih hasil produk cetakan yang diinginkan	0,2144	0,452	Valid
5	Produk yang dihasilkan CV. Harco Nancy Medan lebih awet karena menggunakan bahan yang lebih tinggi mutunya	0,2144	0,649	Valid
6	Semua hasil cetakan memiliki mutu yang diatas standar sehingga hasil lebih kelihatan berkelas	0,2144	0,558	Valid

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dijelaskan bahwa semua butir pernyataan Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid karena $r_{hitung} >$ r_{tabel} (0,2144).

Tabel Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu

No	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Ket
1	Dalam pemesanan cetakan pada CV. Harco Nancy Medan sesuai dengan waktu yang diinginkan konsumen	0,2144	0,567	Valid
2	Pemesanan CV. Harco Nancy Medan menyelesaikan sebelum batas waktu yang diberikan konsumen	0,2144	0,595	Valid
3	Hasil cetakan CV. Harco Nancy Medan dikerjakan dengan mengikuti jadwal waktu pemesanan konsumen	0,2144	0,280	Valid
4	CV. Harco Nancy Medan memproduksi cetakan dengan mengukur seberapa banyak pesanan konsumen	0,2144	0,514	Valid
5	CV. Harco Nancy Medan memberikan janji sesuai jadwal pemesanan	0,2144	0,564	Valid
6	Produk cetakan yang dihasilkan selesai sehari sebelum waktu yang diinginkan konsumen	0,2144	0,607	Valid

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dijelaskan bahwa semua butir pernyataan Ketepatan Waktu (X2) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2144).

Tabel Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Ket
1	Produk-produk cetakan yang dihasilkan CV. Harco nancy Medan jauh diatas standar	0,2144	0,507	Valid
2	Produk-produk yang ditawarkan di CV. Harco Nancy Medan mengikuti standar pasar	0,2144	0,571	Valid
3	CV. Harco Nancy Medan memiliki kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan	0,2144	0,565	Valid
4	CV. Harco Nancy Medan menghasilkan kualitas sesuai dengan pilihan yang diinginkan konsumen	0,2144	0,282	Valid
5	Saya merasa lebih terjamin hasilnya jika melakukan pemesanan cetakan di CV. Harco Nancy medan	0,2144	0,481	Valid
6	Saya sangat senang bekerja sama dengan CV. Harco Nancy Medan baik itu cara pemesanan, fasilitas ruang tunggu dan pelayanan yang lebih cepat	0,2144	0,616	Valid

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dijelaskan bahwa semua butir pernyataan Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2144).

Hasil Uji Reliabilitas

Jika hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi *Cronbach's Alpha* $r < 0,60$ berarti instrumen pengukur tidak reliabel dan jika koefisien korelasi *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ berarti instrumen reliabel, yang berarti alat ukur yang digunakan dapat diandalkan.

Tabel Hasil Uji Realibilitas

Variabel Penelitian	Alpha	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	0,448	Reliabel
Ketepatan Waktu (X2)	0,482	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,425	Reliabel

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel telah memenuhi unsur reliabilitas yang terpercaya karena $> 0,60$ adalah reliabel (handal).

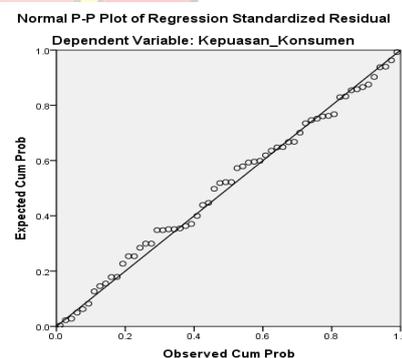
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas - Normal Plot

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.

Berdasarkan gambar hasil uji normalitas terlihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Sumber : diolah SPSS 2021

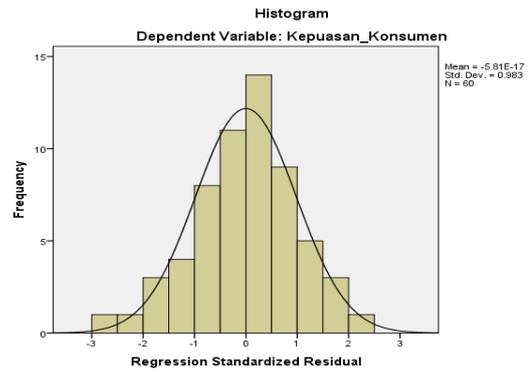


Gambar Grafik Normalitas Data

Histogram Normal

Dapat dilihat bahwasannya hasil pengujian normalitas data telah berdistribusi secara normal, dimana gambar histogram memiliki garis membentuk lonceng (bell Shaped), tidak condong ke kiri atau tidak condong kanan sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

Sumber : diolah SPSS 2021



Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka ada gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.

Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.775	3.224		2.722	.009		
	Kualitas Produk	.301	.097	.342	3.113	.003	.998	1.002
	Ketepatan Waktu	.384	.099	.428	3.901	.000	.998	1.002

a. Dependent Variable : Kepuasan_Konsumen

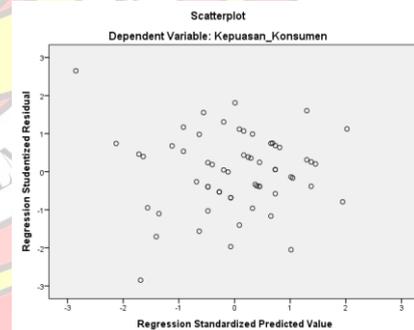
Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,998 dan *variance inflation factor* (VIF) sebesar 1.002. Ketepatan waktu memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,998 dan *variance inflation factor* (VIF) sebesar 1.002. Kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas dalam model ini karena seluruh nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10

Uji Heteroskedastisitas

Pada analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik menyebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar.

Sumber : Data diolah 2021



Gambar Uji Heteroskedastisitas

Tabel Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.775	3.224		2.722	.009		
	Kualitas Produk	.301	.097	.342	3.113	.003	.998	1.002
	Ketepatan Waktu	.384	.099	.428	3.901	.000	.998	1.002

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Data diolah (2021)

Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = 8,775 + 0,301 X_1 + 0,384 X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Kualitas Produk

X2 = Ketepatan Waktu

Penjelasan :

1. Variabel kualitas produk dan ketepatan waktu mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan konsumen.
2. Koefisien kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,342 berarti semakin baik kualitas produk maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
3. Koefisien ketepatan waktu memiliki nilai sebesar 0,428 berarti semakin baik ketepatan waktu maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Tabel Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.775	3.224		2.722	.009		
	Kualitas Produk	.301	.097	.342	3.113	.003	.998	1.002
	Ketepatan Waktu	.384	.099	.428	3.901	.000	.998	1.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menjelaskan bahwa :

1. Hasil uji t pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,113 > t_{tabel} 1,671$, dengan signifikan $0,003 < 0,5$. Kesimpulannya H_1 diterima (H_0 ditolak) berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
2. Hasil uji t secara parsial pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,901 > t_{tabel} 1,671$ dengan signifikan $0,000 < 0,5$. Kesimpulannya H_2 diterima (H_0 ditolak) berarti ada pengaruh yang signifikan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen.

Tabel Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.786	2	33.393	13.024	.000 ^b
	Residual	146.148	57	2.564		
	Total	212.933	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Kualitas Produk

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, nilai $F_{hitung} 13,024$ dengan tingkat signifikan $0,00$; sedangkan $F_{tabel} 3,14$ dengan signifikan $0,5$. Maka $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $13,024 \geq 3,14$, berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_3 diterima dan H_0 ditolak sehingga disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen.

Tabel Uji Determinasi Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.560 ^a	.314	.290	1.601	2.036

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,314. Hal ini berarti 31,4% variasi variabel kepuasan konsumen ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan ketepatan waktu. Sedangkan sisanya sebesar 68,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,113 > t_{tabel} 1,671$, dengan signifikan $0,003 < 0,5$. Kesimpulannya H_1 diterima dan H_0 , berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk salah satu nilai ukur untuk menentukan seberapa puas konsumen dalam menikmati, menggunakan dan merasakan barang/jasa tersebut. Apabila kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menilai barang/ jasa yang kita tawarkan, maka dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Sebaliknya, apabila kualitas produk berpengaruh negatif maka kepuasan konsumen pun akan menurun dan ada kemungkinan konsumen akan beralih ke produk lain yang mampu memberikan kepuasan lebih baik.

Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t secara parsial pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,901 > t_{tabel} 1,671$, dengan signifikan $0,000 < 0,5$. Kesimpulannya H_2 diterima dan H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan antara ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Ketepatan waktu saat memproduksi dan mendistribusi produk merupakan keharusan perusahaan untuk menepati janji pada konsumen agar barang/ jasa dapat segera dinikmati. Apabila ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen berarti semakin baik tingkat ketepatan waktu maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen, dan sebaliknya.

Pengaruh Kualitas Produk dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji F memperoleh nilai $F_{hitung} 13,024$ dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan $F_{tabel} 3,14$ dengan signifikan 0,5 maka $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $13,024 \geq 3,14$, berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_3 diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Untuk memuaskan konsumen diperlukan beberapa strategi perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk dan ketepatan waktu dengan sebaik-baiknya agar konsumen selalu setia mengkonsumsi produk/jasa. Konsumen akan meningkatkan kepuasan karena perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai yang telah diharapkan. Kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menilai barang ataupun jasa tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan ketepatan waktu sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menikmati, menggunakan dan merasakan produk/jasa yang perusahaan tawarkan.

KESIMPULAN

1. Hasil uji t pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,113 > t_{tabel} 1,667$, dengan signifikan $0,003 < 0,5$ berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil uji t secara parsial pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen diperoleh $t_{hitung} 3,901 > t_{tabel} 1,667$ dengan signifikan $0,000 < 0,5$. berarti H_2 diterima dan H_0 ditolak, ada pengaruh yang signifikan antara ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen.
3. Nilai $F_{hitung} 13,024$ dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan $F_{tabel} 3,14$ dengan signifikan 0,5. Maka $F_{hitung} \geq F_{tabel} : 13,024 \geq 3,14$, menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak sehingga ada pengaruh signifikan kualitas produk dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen.

SARAN

1. Perusahaan harus tetap menjaga dan memberikan hasil yang memuaskan untuk konsumen. Agar konsumen memberikan kepercayaannya kepada perusahaan, ketelitian dan kerapian hasil cetakan

- yang akan diterima oleh konsumen. Perusahaan diharapkan selalu menjaga hubungan baik dengan para konsumen, sehingga konsumen merasa puas karena telah bekerja sama dengan perusahaan.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya tentang kualitas produk dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen dan diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini menjadi lebih luas dengan penambahan variabel-variabel baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT Rajaa Grafindo Persada Jakarta
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2014 . *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFE Yogyakarta.
- Huda, M, 2014. *Model-model Pengajaran dan Pembelajaran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Herawati, Sri. 2011. *Modul Praktikum Java*. Bangkalan : Universitas Trunojoyo.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia 2015
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary .2016. *Principial of Marketing*. 15th Pearson Education Limited
- Kotler P. 2015. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Prenhallindo. Jakarta.
- Manullang, M. & Pakpahan, M. 2014. *Metode Penelitian, Proses Penelitian Praktis*, Bandung : Penertbit Ciptapustaka Media
- Rambat Lopiyoadi. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Emban Patria
- Tjipono, Fandy .2014. *Pemasaran Jasa –Prinsip, penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset .Yogyakarta
- Supranto, Johannes. (2014). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitia Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabet.
- Yazid, M. 2014. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Bandung : Rosda
- Mahendra Arief Setiawan E 2017. Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Harga dan Kualitas Produk terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Perusahaan Percetakan CV. Aladin Fakultas Teknik Universitas Dian Nuswantoto Semarang
- Utami Sulistyningrum, 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Kosumen di restoran KokiTappayanki Express. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN. Purwokerto.
- Enderwita, (2015), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Bri Cabang Simpang Empat, *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 1 No.3, 167-180
- Eva Agustina, 2019, Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematang Siantar, *Jurnal Kajian Ilmu Ekonomi Manajemen*, Vol. 1 No. 1, Hal 38-49.
- Fadjar Alamsyah, 2017, Hubungan Harga dan Kuliatas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Jaya Multi Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.5. No. 1 Hal. 1-10
- Rutinaias Haholongan, dkk, 2020, Penngaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa pengiriman JNE
- Citra, Maria, dkk, 2013 Analisis Kepuasan Pelanggan atas kualitas pelayanan Blackberry Internet Service Provider Telkomsel
- Nuriyanto, 2014 Penyelenggaraan Pelayanan Publik di Indonesia, Sudahkah berlandaskan konsep “ Welfare State ? “
- Deviana Shinta, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Jasa Kereta Api dalam Persfektif Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Hardianto, 2019, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Tanaman Pada CV. Anugerah Jaya Medan, *Skripsi* . Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Dharmawangsa Medan,

- Muhammd Sakti Fernandito, 2019, Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Andalan Inovasi Ruang Medan Universitas Dharmawangsa Medan 2019
- Nirwan Ramadhan, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Amaya Medan, *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa Medan.
- Erna Sasmita, 2013, Pengaruh Kesiapan Belajar, Disiplin Belajar dan Manajemen Waktu terhadap Motivasi Belajar Mata Diklat bekerjasama dengan Kolega dan Pelanggan pada siswa kelas X program keahlian administrasi perkantoran di SMK Negeri 2 Semarang.

