

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK
RUBBERWOOD S4S, RUBBERWOOD FINGER JOINT BLOCK,
RUBBERWOOD LAMMINATED BLOCK, VACUM, DAN KLINDRY
PADA PT. AGUNG BERKAT BINTATAR ABADI**

**Deni Faisal Mirza¹, Calvin², Elisabeth Jantaffi Damanik³, Dony Susanto⁴,
Jessica⁵, Maichael Lim⁶**

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Email: *Elisabethjanttafi@gmail.com*

Ringkasan - Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan objek penelitian pada PT Agung Berkat Bintatar Abadi yang beralamat di Jalan Glugur N0. 31-32. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif *eksplanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi adalah sebanyak 79 pelanggan. Untuk pengujian validitas dan reliabilitas digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 30 pelanggan dan untuk uji sampel sebanyak 79 pelanggan. Penelitian ini dapat hasil kesimpulan adalah Kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi namun harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi. Secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen terhadap produk yang di tawarkan pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi diduga mengalami masalah, meskipun produk yang di tawarkan cukup menarik minat konsumen. Data keluhan pelanggan, masih banyaknya pelanggan yang mengeluh tentang produk yang di tawarkan. Keluhan pelanggan tersebut di antaranya obat yang di masukkan ke dalam kayu kurang bagus, kayu yang di proses masih kurang bersih kadar air yang masih tinggi, pengerjaan kayu kurang baik dan lainnya. Hal ini akan sangat berdampak pada kepuasan konsumen.

Harga yang di tawarkan oleh PT. Agung Berkat Bintatar Abadi masih tergolong tinggi di dibandingkan dengan pesaingnya. Harga yang terlalu tinggi akan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan akan lebih memilih untuk

memakai jasa dari perusahaan lain dengan harga yang lebih murah yang di tawarkan kepada pelanggan. Harga yang di anggap tidak sesuai akan membuat kepuasan dari pelanggan menurun sehingga dapat berdampak buruk bagi kelangsungan perusahaan.

Pelayanan yang di berikan oleh PT. Agung Berkat Bintatar Abadi ini juga mengalami masalah dimana perusahaan sering mengabaikan keluhan dari pelanggan, tidak ramah terhadap pelanggan dan juga tidak memberikan solusi apabila pelanggan mengalami masalah dengan barang yang di pesannya sehingga pelanggan merasa kurang puas terhadap perusahaan yang mengakibatkan pelanggan lebih memilih untuk berlangganan dengan perusahaan lain di bandingkan dengan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi lagi.

Kualitas produk yang di olah oleh perusahaan sering tidak sesuai dengan keinginan dari pelanggan. Kadar air yang masih terlalu tinggi pada kayu mengakibatkan produk yang di hasilkan kurang baik kualitasnya sehingga mengakibatkan kayu yang di produksi menjadi mudah patah ataupun rapuh. Kualitas yang kurang baik ini dapat mengakibatkan pelanggan menjadi memilih menggunakan jasa dari perusahaan lain yang lebih memperhatikan kualitas dari produksinya.

KAJIAN TEORI

1. Teori Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen

Menurut Suchaeri (2012:5), “Pelanggan akan merasakan kepuasan dan kesenangan karena kualitas layanan yang diberikan. Mereka akan kembali berkunjung dan membeli.

2. Teori Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Arianty dkk (2015:135), “Peranan harga dalam keputusan konsumen adalah sebagai alokasi yakni harga membantu para konsumen dalam memutuskan untuk memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan kemampuan daya belinya”.

3. Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Suchaeri (2012:5),” Pelanggan akan merasakan kepuasan dan kesenangan karena kualitas layanan yang diberikan. Mereka akan kembali berkunjung dan membeli”.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. sifat penelitian ini adalah *Explanatory Research*. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi dari bulan Januari s.d. Desember 2018 berkisar diantara 79 pelanggan. Sampel pada penelitian ini menggunakan seluruh pelanggan pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi yaitu berjumlah 79 pelanggan. Dan untuk uji validitasnya di lakukan pada perusahaan sejenis yaitu pada PT.Tjipta Rimba Jaya dengan jumlah responden 30

pelanggan. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. teknik pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan metode kuesioner, wawancara dan juga studi dokumentasi kepada konsumen.

Untuk menguji apakah pertanyaan yang digunakan untuk di berikan kepada responden maka perlu di lakukannya uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu dilakukan pengujian menggunakan uji asumsi klasik. Pengujian yang menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Lalu dilakukan pengujian Model Analisis Data Penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Questioner	Kualitas Produk (X1)		Harga (X2)		Kualitas Pelayanan (X3)		Kepuasan Pelanggan (Y)	
	Pearson Correlation	Signifikan	Pearson Correlation	Signifikan	Pearson Correlation	Signifikan	Pearson Correlation	Signifikan
1	0,825	0,000	0,762	0,032	0,637	0,000	0,617	0,000
2	0,384	0,036	0,727	0,000	0,569	0,001	0,783	0,000
3	0,732	0,000	0,733	0,000	0,474	0,008	0,813	0,000
4	0,816	0,000	0,662	0,000	0,644	0,000	0,525	0,003
5	0,465	0,010	0,609	0,000	0,425	0,019	0,612	0,000
6	0,377	0,040	0,568	0,001	0,559	0,001	0,556	0,001
7	0,560	0,001			0,419	0,021	0,543	0,002
8	0,448	0,013			0,530	0,003	0,686	0,000
9					0,461	0,010		
10					0,734	0,000		

Diperoleh hasil pengujian kuisioner instrumen dari variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai lebih besar dari 0,361 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dari variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang digunakan adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Nama Variabel	Cronbach 's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	0,719	8
Harga	0,763	6
Kualitas Pelayanan	0,729	10
Kepuasan Pelanggan	0,782	8

Diperoleh nilai reliabilitas setiap instrumen dari variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari *Cronbach Alpha* 0,60 sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel reliable dan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

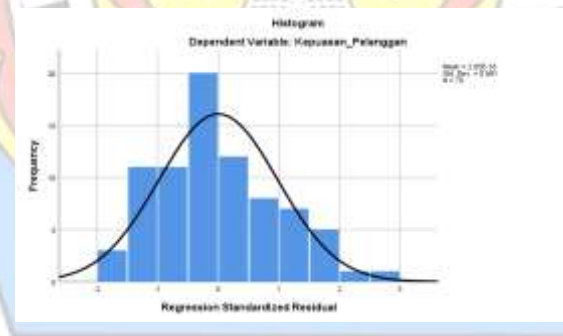
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas_Produk	79	10.00	36.00	21.5570	6.06746
Harga	79	8.00	30.00	19.4684	5.54893
Kualitas_Pelayanan	79	18.00	37.00	30.1266	4.22558
Kepuasan_Pelanggan	79	14.00	37.00	23.6962	6.44574
Valid N (listwise)	79				

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Dapat dilihat bahwa jumlah data yang digunakan adalah sebanyak 79 orang yang merupakan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi, variabel kualitas produk mempunyai nilai minimum 10 dan nilai maksimum 36 dengan rata – rata 21.5570 dan standar deviasi 6.06746. Variabel harga mempunyai nilai minimum 8 dan nilai maksimum 30 dengan rata – rata 19.4684 dan standar deviasi 5.54893. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai minimum 18 dan nilai maksimum 37 dengan nilai rata – rata 30.1266 dan standar deviasi 4.22558. Variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai minimum 14 dan nilai maksimum 37 dengan nilai rata – rata 23.6962 dan standar deviasi 6.44574.

3. Uji Asumsi Klasik

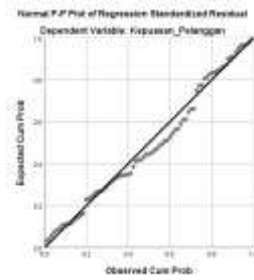
a. Uji Normalitas



Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

Diperoleh hasil garis berbentuk lonceng, tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Hasil Uji Normalitas dengan Metode Probability Plot

Diperoleh hasil menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Hal ini menjelaskan bahwa data yang diregresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Pengujian Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	5.03945820
Most Extreme Differences	Absolute	0.083
	Positive	0.083
	Negative	-0.051
Test Statistic		0.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Diperoleh hasil menunjukkan bahwa besarnya nilai K-S yang diperoleh adalah sebesar 0.051 dengan signifikan 0.200, karena nilai signifikan yang diperoleh lebih besar dari 0.05 maka ini berarti H_1 diterima, artinya data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

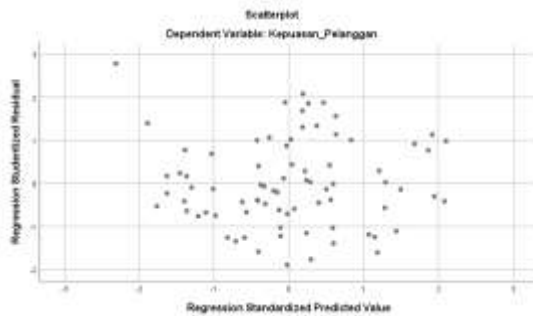
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas_Produk	0.907	1.103
	Harga	0.919	1.088
	Kualitas_Pelayanan	0.841	1.189

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Berdasarkan perhitungan nilai *Tolerance* juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas



Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Dapat terlihat titik yang menyebar yang tidak membentuk pola – pola tertentu dan tersebar baik diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan berdasarkan gambar tersebut maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak dipakai.

**Hasil Uji Glejser
Coefficients^a**

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.787	0.078
	Kualitas_Produk	0.471	0.639
	Harga	0.148	0.882
	Kualitas_Pelayanan	-0.519	0.606

a. Dependent Variable: abs

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Diperoleh hasil uji heteroskedastisitas, nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi nilai absolut residual ini tidak signifikan secara statistik ($\text{sig} > 0,05$), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Analisis Data Penelitian

a. Model Penelitian

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.987	4.364		2.288	0.025
	Kualitas_Produk	0.293	0.101	0.276	2.911	0.005
	Harga	0.665	0.109	0.573	6.080	0.000
	Kualitas_Pelayana	-0.185	0.150	-0.121	-1.229	0.223
	n					

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Kinerja = 9,987 + 0,293 Kualitas Produk + 0,665 Harga – 0,185 Kualitas Pelayanan

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut.

1. Nilai konstanta a sebesar 9,987 artinya bahwa jika tidak terdapat variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) = 0 maka kepuasan pelanggan akan bernilai sebesar 9,987 satuan.
2. Variabel produk (X1) sebesar 0,293 yang artinya bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1 satuan, maka nilai pada kepuasan pelanggan akan meningkat 0,2935 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap.
3. Variabel harga (X2) sebesar 0,665 yang artinya bahwa setiap kenaikan variabel harga sebesar 1 satuan, maka nilai pada kepuasan pelanggan akan naik 0,665 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap.
4. Variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar -0,185 yang artinya bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka nilai pada kepuasan pelanggan akan menurun 0,185 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap.

b. Koefisien Determinasi Hipotesis

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	0.389	0.364	5.13926

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Hasil menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) antara kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) dengan kepuasan pelanggan (Y) yaitu pada *Adjusted R Square* sebesar 0,364 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 36,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependen sebesar 36,4% sedangkan sisanya sebesar 63,4% dijelaskan oleh variabel lain (promosi, fasilitas, dll) yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

c. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1259.810	3	419.937	15.899	.000 ^b
	Residual	1980.899	75	26.412		
	Total	3240.709	78			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Produk

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Dapat dilihat bahwa hasil output terlihat bahwa F hitung > F tabel (15,899 > 2,73), maka H_1 diterima, artinya dikarenakan F hitung lebih besar dari F tabel dan *Signifikan* tidak melebihi 0.05 maka dapat disimpulkan, secara signifikan ada pengaruh positif simultan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi

d. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.987	4.364		2.288	0.025
	Kualitas_Produk	0.293	0.101	0.276	2.911	0.005
	Harga	0.665	0.109	0.573	6.080	0.000
	Kualitas_Pelayanan	-0.185	0.150	-0.121	-1.229	0.223

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SPSS, 2019

Dapat terlihat hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X_1 (kualitas produk) diperoleh nilai t hitung = 2,911, kemudian t tabelnya adalah dengan df = 75 taraf signifikansi 5% (0,05) uji dua sisi adalah 1,9921. Oleh

karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2,911 > 1,9921$) dan signifikan $0,005 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, kualitas produk secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

Variabel X_2 (harga) diperoleh nilai t hitung = $6,080$, t hitung $>$ t tabel ($6,080 > 1,9921$), dan signifikan $0,000 < 0,05$. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

Variabel X_3 (kualitas pelayanan) diperoleh nilai $-t$ hitung = $-1,229$, $-t$ hitung $>$ $-t$ tabel ($-1,229 > -1,9921$), dan signifikan $0,223 > 0,05$. maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

SIMPULAN

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.
3. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.
4. Variabel kualitas produk (X_1) harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi.1, Cetakan Keempat. Jakarta. Rajawal Pers.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajagrafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta. CAPS.
- Herlambang, Susatyo. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan 1, Yogyakarta. Gosyen Publishing.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*
- Suchaeri, Heri. 2012. *Total Customer Percepatan Laba Sepanjang Masa*. Solo. PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Kedua Puluh Dua Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung. Alfabeta.