



Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Free Time Kediri

Yongky Dwi Ariyanto¹, Ustadus Sholihin², Beny Mahyudi Saputra³

Universitas Islam Kediri

Email : yongkydwariyanto@gmail.com tadus72@gmail.com

saputra.beny@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the influence between product quality and service quality on customer satisfaction at PT. Free Time Kediri. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. Data collection in this research was carried out by distributing questionnaires to PT customers. Free Time Kediri and calculated using the SPSS Version 25 application. Data analysis techniques used include Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, T Test, F Test, and R2 Coefficient of Determination Test. In the Validity Test, it is known that all question items (X1, X2, and Y) have a significance value of $0.000 < 0.05$ so that each variable is declared valid. Then in the Reliability Test each variable was declared reliable because it had a Cronbach's Alpha value > 0.60 . Then in the t test it is known that the variables product quality (X1) and service quality (X2) have a significance value of $0.000 < 0.05$ so that these two variables partially have a significant effect on purchasing decisions (Y). Then the F test shows that the significance value is $0.000 < 0.05$, which shows that product quality and service quality simultaneously influence customer satisfaction at PT. Free Time Kediri.*

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

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Free Time Kediri dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Teknik Analisis Data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi R2. Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan (X1, X2, dan Y) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada Uji Reliabilitas masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Alpha Cronbach's $> 0,60$. Kemudian pada Uji t diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga kedua variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Lalu pada Uji F menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Kediri.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

PT Free Time merupakan salah satu perusahaan yang bergerak atau memproduksi pada produk minuman yang memiliki banyak outlet yang berada di daerah Kediri dan sekitarnya. Tidak hanya di daerah Kediri Free Time juga mempunyai berbagai cabang outlet yang berada dikota-kota besar misalnya, Tulungagung dan Blitar. Peneliti mengambil tempat lokasi yaitu Free Time pada outlet kecamatan Ringinrejo lebih tepatnya di Jl. Raya Kediri, Ringinrejo, Kecamatan Ringinrejo, Kabupaten Kediri.

Faktor kepuasan pelanggan adalah faktor terpenting yang harus dipertimbangkan oleh setiap bisnis karena pelanggan adalah alasan mengapa suatu perusahaan bisa sukses. Tanpa pelanggan, sebuah bisnis tidak dapat melindungi kehidupan sehari-harinya. Pemilik bisnis kini lebih menyadari betapa pentingnya melibatkan pelanggan. Akibatnya, semakin banyak bisnis

Received Agustus 30, 2023; Revised September 2, 2023; Accepted Oktober 17, 2023

* Yongky Dwi Ariyanto, yongkydwariyanto@gmail.com

yang memberikan layanan dan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika manfaat yang ditawarkan melebihi harapan pengguna, pengguna akan merasakan kebahagiaan; sebaliknya, jika manfaat yang ditawarkan kurang dari apa yang diharapkan pengguna, maka pengguna akan merasa tidak puas atau kecewa.. Menurut Irawan (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:57) Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian pelanggan yang menyatakan tingkat kenikmatan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat penyediaan ini dapat diterapkan oleh pelanggan. Selain itu, teori ini dikembangkan dari hasil penelitian Nikie Hartadi dan Nur Elfi Husda (2020) yang mengingatkan bahwa kualitas barang dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terkait dengan peristiwa yang terjadi di PT Free Time Kecamatan Ringinrejo terkait akhir-akhir ini mengalami kesulitan yaitu tentang pemberian *reward* dan diskon pada pelanggan selain itu juga keramahan pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Stoner (dalam Muliana *et al*, 2020:3) 'Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dalam mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan..

Kualitas Produk

Menurut Stanton (dalam Mardia *et al*, 2021:3) 'pemasaran adalah keseluruhan system kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, memproposikan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan dapat memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli'.

Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono & Fandy (dalam Vina Handayani dan Yuyu Rahayu, 2021:60) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi yaitu:

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Daya Tahan (*Durability*)
- 3) Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance to specifications*)
- 4) Fitur (*Features*)
- 5) Reabilitas Keandalan (*Reliability*)
- 6) Estetika (*Aesthetics*)
- 7) Kesan Kualitas (*Perceived Quality*)

8) Serviceability

Kualitas Pelayanan

Menurut Ratnasari (dalam Susana Maharani, 2020:13) 'kualitas pelayanan merupakan mengukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai harapan konsumen'.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:58) 'Hal ini memerlukan penyesuaian spesifikasi produk dengan harapan konsumen serta prosedur komunikasi langkah demi langkah untuk meringankan kekhawatiran dan kebutuhan pelanggan tertentu'.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Joewono dan Kubota (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:58) 'menjelaskan bahwa umpan balik pelanggan diperoleh melalui evaluasi apakah produk dan layanan sejalan dengan umpan balik pelanggan sebelumnya dan persepsi konsumen secara keseluruhan. Untuk mengurangi churn pelanggan, bisnis harus mempertimbangkan dengan cermat kebutuhan dan kekhawatiran konsumen yang terus berubah.'.

Teori Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:57) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya, antara lain daya tahan secara keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perawatan produk dan atribut produk lainnya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:58) Pelayanan pelanggan yang berkualitas adalah komitmen untuk menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dan mengikuti prosedur yang tepat untuk memastikan bahwa hal tersebut dilakukan guna memuaskan kekhawatiran dan kebutuhan pelanggan tertentu..

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dilakukan di di Jl. Raya Kediri, Ringinrejo, Kecamatan Ringinrejo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64176 dan mengumpulkan data yang mendukung pembahasan yaitu Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Free Time Kediri.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif ini dikenal dengan nama penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:23), metodologi penelitian kuantitatif adalah jenis metodologi penelitian yang sesuai dengan istilah itu sendiri yaitu, penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga pelaporan hasil.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:147), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menuliskan atau menampilkan data yang telah dikumpulkan sehingga dapat dipahami apa adanya tanpa menimbulkan asumsi-asumsi yang berlaku bagi semua orang atau itu. dapat digeneralisasikan..

Lokasi Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat yaitu, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Free Time Di Kediri”. Lokasi yang menjadi tempat penelitian adalah Free Time Di Kediri bertempat di Jl. Raya Kediri, Ringinrejo, Kecamatan Ringinrejo, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64176.

Alasan pengambilan lokasi penelitian tersebut adalah :

1. Data yang dibutuhkan diperoleh dengan mudah
2. Data tersebut layak untuk dijadikan penelitian
3. Tempat penelitian yang strategis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur instrument dalam kuesioner penelitian atau juga bisa disebut dengan suatu peubah menguor apa yang seharusnya diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mampu mengukur item yang telah disediakan. Berikut merupakan hasil uji validitas yang telah dihitung oleh peneliti melalui program SPSS :

Tabel 1.1

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

Variabel	Item	R	Sig.	Keterangan
----------	------	---	------	------------

Kualitas	X _{1.1}	0,629	0,000	Valid
Produk (X ₁)	X _{1.2}	0,687	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,574	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,764	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,511	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,520	0,000	Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji validitas variabel kualitas produk (X₁)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1.1 diatas, maka diketahui nilai signifikansi untuk setiap item pada variabel kualitas produk (X₁) sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan jika setiap item pernyataan pada variabel kualitas produk dinyatakan valid.

Tabel 1.2

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Variabel	Item	R	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X _{2.1}	0,604	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,561	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,556	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,692	0,000	Valid
	X _{2.5}	0,678	0,000	Valid
	X _{2.6}	0,520	0,000	Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X₂)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1.2 diatas, maka diketahui nilai signifikansi untuk setiap item pada variabel kualitas pelayanan (X₂) sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan jika setiap item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 1.3

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item	R	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y ₁	0,825	0,000	Valid
	Y ₂	0,681	0,000	Valid
	Y ₃	0,758	0,000	Valid
	Y ₄	0,787	0,000	Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1.3 diatas, maka diketahui nilai signifikansi untuk setiap item pada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan jika setiap item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Tolak ukur uji reliabilitas yaitu apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka data dinyatakan reliabel atau layak dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Tabel 1.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standart Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,778	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,805	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,762	0,60	Reliabel

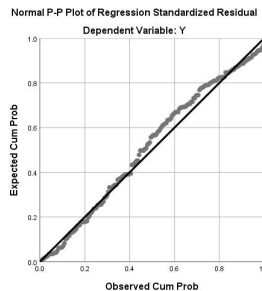
Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 1.4 diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* pada variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y) $> 0,60$. Hal ini membuktikan jika pernyataan yang diajukan pada pelanggan didalam kuesioner dinyatakan reliabel atau layak dijadikan sebagai alat ukur sebuah variabel.

Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini bisa dilihat dengan diagram p-plot yang tolak ukurnya jika plot menyebar mengikuti garis diagonal maka dapat terdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas :



Gambar 1

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji normalitas

Berdasarkan gambar 1 pada hasil uji normalitas diatas, maka diketahui jika tampak dengan jelas plot menyebar mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian maka dapat disimpulkan jika data terdistribusi normal.

2) Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel predictor (X) dengan variabel kriterium (Y). Dasar pengambilan data dikatakan linier yaitu dengan melihat jika nilai *Deviation from Linierity* Sig. > 0,05, maka terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel predictor dengan variabel kriterium. Berikut merupakan hasil uji linieritas yang telah dilakukan oleh peneliti :

Tabel 1.5
Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Deviation from Linierity</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,722	Linier
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,672	Linier

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji liniertas.

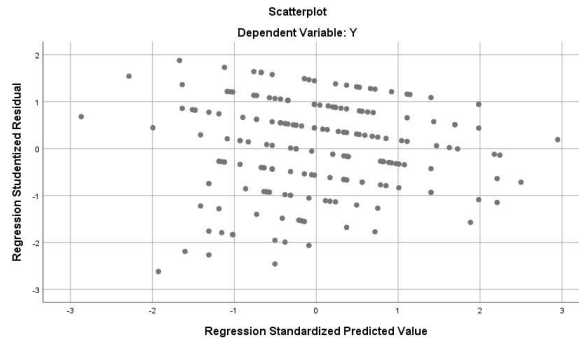
Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 1.5 diatas, maka dapat diketahui hubungan antara variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo :

- 1) Berdasarkan hasil uji pada tabel 1.5 diatas, maka didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa nilai Signifikansi kualitas produk (X₁) sebesar $0,722 > 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kualitas produk (X₁) dengan kepuasan pelanggan (Y).
- 2) Berdasarkan hasil uji pada tabel 1.5 diatas, maka didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa nilai Signifikansi kualitas pelayanan (X₂) sebesar $0,672 > 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara kualitas pelayanan (X₂) dengan kepuasan pelanggan (Y).

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dasar

pengambilan keputusan jika menggunakan grafik scatterplot dari nilai prediksi terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED jika titik-titik menyebar diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola, maka hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastiditas :



Gambar 2

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 2 diatas, maka dapat diketahui jika titik-titik pada scatterplot menyebar dengan tidak beraturan baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dari pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada data penelitian.

4) Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas. Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai VIF dan nilai Tolerance. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 1.6

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,868	7,034	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,868	7,034	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil uji multikolinieritas

Berdasarkan tabel 1.6 yang berisikan tentang hasil uji multikolinieritas, maka dapat didapatkan jika variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) memiliki nilai

tolerance sebesar $0,868 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $7,034$. Dari pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan jika tidak terjadi multikolinieritas pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan.

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independent. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linier berganda :

Tabel 1.7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Regesi(B)	t hitung	Sig-t	Keterangan
Kualitas Produk	0,631	3,345	0,002	H ₁ diterima
Kualitas Pelayanan	0,448	3,960	0,003	H ₂ diterima
Konstanta (a)			16,847	
Nilai Korelasi ®			0,748	
Nilai Koefisien Determinasi (R ²)			0,861	
Fhitung			6,076	
Signifikansi F			0,003	
Y			Kepuasan Pelanggan	

Sumber: Hasil *output* SPSS pada lampiran hasil analisis regresi linier berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 1.7 diatas, maka berikut merupakan pemaparan terkait persamaan regresi yang didapatkan:

$$Y = 16,847 + 0,631 X_1 + 0,448 X_2 + e$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 16,847 diartikan bahwa apabila kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilainya tidak berubah atau tetap, maka kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar .
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar $+ 0,631$ yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika nilai kualitas produk naik 1 satuan, maka nilai variabel kepuasan pelanggan juga naik sebesar 0,631.
- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar $+ 0,448$ yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika nilai kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka nilai variabel kepuasan pelanggan juga naik sebesar 0,448.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 1.8
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Analisa	Keterangan
Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan	$3,345 > 1,972$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$	H_{a1} = diterima
Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan	$3,960 > 1,972$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$	H_{a2} = diterima
Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan	$6,076 > 2,44$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$	H_{a3} = diterima

Sumber: Hasil *output* SPSS Uji Hipotesis pada lampiran hasil uji t dan uji F.

1) Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2013) Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel independent (kualitas produk, kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Berikut merupakan hasil uji t yang telah dilakukan dalam penelitian :

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H_{a1})

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui nilai Sig. untuk kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,345 > 1,972$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringnrejo.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H_{a2})

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui nilai Sig. untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,960 > 1,972$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringnrejo.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji secara simultan merupakan uji yang digunakan untuk mencari apakah variabel independent secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap

variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%, jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen atau sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji yang didapatkan :

Berdasarkan hasil uji diatas, maka diketahui jika nilai Signifikansi untuk variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $6,145 > 2,44$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013) Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dilihat melalui nilai R Square $> 0,50$ atau 50%. Berikut merupakan hasil uji yang diperoleh :

Berdasarkan hasil Rekapitulasi data Hasil Analisis Regresi Linier Berganda diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terlihat pada nilai R Square sebesar 0,861. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 86,1% dan sisanya sebesar 13,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, misalnya harga, lokasi, dan masih banyak lagi. Hubungan antara variabel bebas dan terikat dikatakan kuat karena nilai R Square $> 0,50$ atau $> 50\%$. Sehingga variabel kualitas produk dan electronic kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan lebih dari tolak ukur yang ditentukan.

Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

Interpretasi Data merupakan suatu proses yang digunakan untuk meninjau data hingga pada kesimpulan yang relevan dengan menggunakan berbagai metode analisis. Berikut merupakan pemaparan hasil data yang telah diolah oleh peneliti :

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui nilai Sig. untuk kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,345 > 1,972$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo.

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:57) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya,

antara lain daya tahan secara keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perawatan produk dan atribut produk lainnya.

Pernyataan ini dikuatkan penelitian yang dilakukan Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori tersebut salah satu pengaruh kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Produk yang berkualitas baik akan menimbulkan *feedback* kepuasan yang baik dari pelanggan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan yang baik di pengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri. Dengan demikian kualitas produk dalam suatu usaha atau bisnis sangat dibutuhkan untuk mendongkrak kepuasan pelanggan. Sehingga, hasil penelitian tersebut terdapat berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui nilai Sig. untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,960 > 1,972$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo.

Menurut Tjiptono (dalam Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara, 2021:58) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan produk atau jasa yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Pernyataan ini dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan Alfian Sulisty Herlambang dan Edi Komara (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori tersebut salah satu pengaruh kepuasan pelanggan adalah kualitas kualitas pelayanan. Semakin tinggi kualitas suatu pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan yang baik di pengaruhi oleh kualitas pelayanan itu sendiri. Dengan demikian kualitas pelayanan dalam suatu usaha atau bisnis sangat dibutuhkan untuk mendongkrak kepuasan pelanggan. Sehingga, hasil penelitian tersebut terdapat berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji diatas, maka diketahui jika nilai Signifikansi untuk variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $6,145 > 2,44$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada bab akhir dalam pembahasan penyusunan skripsi ini berisi tentang kesimpulan secara keseluruhan dari hasil penelitian dan saran yang diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Variabel kualitas produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,345 > 1,972$ dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima.
- 2) Variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,960 > 1,972$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_{a2} diterima.
- 3) Variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Free Time Cabang Ringinrejo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar $6,145 > 2,44$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_{a3} diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang ada, maka didapatkan beberapa saran yang membangun sebagai berikut :

1) Bagi Operasional

Berdasarkan kesimpulan diatas untuk mencapai maksud dan tujuan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap PT. Free Time Cabang Ringinrejo, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT. Free Time Cabang Ringinrejo dalam menentukan strategi atau memajukan usahanya. Sehingga diharapkan PT. Free Time Cabang Ringinrejo lebih meningkatkan kinerja produk diantaranya dengan lebih memperhatikan kualitas makanan atau minuman serta memperhatikan bahan baku produksi, karena hal tersebut sangat mempengaruhi kualitas rasa yang dimiliki oleh produk.

Dari segi pelayanan PT. Free Time Cabang Ringinrejo sebaiknya lebih memperhatikan kecepatan dalam menanggapi pesanan, keluhan pelanggan, keinginan pelanggan, penguasaan produk yang ditawarkan dan dapat menjelaskan produk makanan dan minuman yang ditawarkan kepada pelanggan, hal ini dapat dilakukan dengan pemberitahuan *product*

knowledge setiap bulannya kepada setiap karyawan sehingga para karyawan mengetahui *product knowledge* secara update.

2) Bagi Akademik

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel diluar variabel yang telah diteliti, hal ini bertujuan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam sebuah penelitian terutama pada bidang manajemen pemasaran.

DAFTAR REFERENSI

- Ghozali. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Universitas Diponegoro.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., ... & Weya, I. (2021). *Strategi pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Muliana, M., Suleman, A. R., Arif, N. F., Simatupang, S., Sitepu, C. N. B., Wahyuddin, W., ... & Sudirman, A. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.