

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembelian Perhiasan Emas di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya

Ayu Nata Utara

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Handy Aribowo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Jl. Raya Kupang Baru No. 8 Sonokwijenan Kec. Sukomanunggal Surabaya, Jawa Timur

Korespondensi penulis: nataayu33@gmail.com

Abstract: This research aims to find out more about "The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction in Purchasing Gold Jewelry at PT. Damai Karunia Sejahtera City of Surabaya." The research method used is quantitative research with a descriptive type. Data collection techniques use questionnaires and test analysis. Sampling used random sampling techniques and the number of respondents was 83 samples. The data analysis methods used in this research are Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedality Test, Multiple Linear Regression Analysis, *t* Test, *f* Test and Coefficient of Determination. The results of this research are that service quality has a significant effect on customer satisfaction. The calculated *t* value for the Service Quality Variable is 0.854 and the significant value is 0.396 if $t_{\text{calculated}} < t_{\text{table}}$ then Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction at PT. DKS. Meanwhile, the calculated *t* value for the Product Quality Variable is 6.662 and the significant value is 0.000 if $t_{\text{calculated}} > t_{\text{table}}$ then Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction at PT. DKS. For R^2 , the value is 68.5%, the percentage value that influences the Independent Variable on the Dependent Variable. Meanwhile, the remaining 31.5% was influenced by other factors not examined in this research. Thus, all variables are influential and significant in this research.

Keywords: Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembelian Perhiasan Emas di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya". Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis uji. Penarikan sampel menggunakan teknik random sampling dan jumlah responden sebanyak 83 sampel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji *t*, Uji *f* dan Koefisien Determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai *t* hitung untuk Variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,854 dan nilai signifikannya 0,396 jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. DKS. Sedangkan nilai *t* hitung untuk Variabel Kualitas Produk adalah 6,662 dan nilai signifikannya 0,000 jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. DKS. Untuk R^2 senilai 68,5% besaran nilai presentase yang mempengaruhi Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat. Sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian semua variabel berpengaruh dan signifikan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Pada umumnya tujuan didirikan suatu perusahaan antara lain adalah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan dari pemilik perusahaan tersebut. Pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri dapat dilakukan melalui kegiatan pemasaran untuk menjual hasil produknya ke pelanggan. Kegiatan pemasaran mempunyai arti yang sangat penting bahkan

dapat dikatakan sebagai ujung tombak suatu perusahaan. Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat pada saat ini adalah perhiasan emas. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pabrik emas di Indonesia karena berbisnis emas sangatlah menguntungkan, selain itu banyaknya permintaan masyarakat dan gaya hidup yang semakin modern. Pembisnis sangat menyukai usaha perhiasan emas dikarenakan keuntungan disetiap tahunnya semakin bertambah. Untuk harga emas di Indonesia, dalam 5 tahun terakhir mencatatkan kenaikan 68,08% atau rata-rata naik 8,51% per tahun. Menurut data dari Analisis Treasury (PT. Indonesia Logam Pratama) menyatakan dalam 10 tahun terakhir, rata-rata kenaikan harga emas mencapai 12% secara global. Dalam era yang serba modern seperti saat ini, dengan melihat keuntungan yang sangat tinggi, maka banyak sekali pembisnis yang membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan bisnisnya, memenangkan persaingan pasar serta memperluas pemasarannya. Industri sejenis akan selalu berusaha memperebutkan pasar yang sama. Imbas dari persaingan itu tentunya sangat jelas dimana konsumen kemudian menjadi semakin kritis untuk memilih produk yang berkualitas terbaik dan sesuai dengan keinginannya.

Kepuasan pelanggan ditentukan dari kualitas pelayanan yang baik kepada pembeli dan kualitas produk barang yang dijual sesuai dengan barang yang diharapkan oleh pembeli. Sehingga jaminan kualitas produk yang berkualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing bagi perusahaan yang lainnya. Menurut Tjiptono (2018), Kualitas produk ialah taraf mutu yang dibutuhkan serta pengendalian keragaman untuk mencapai mutu dan memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu Kualitas pelayanan juga sangat penting. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang memuaskan sangat mempengaruhi minat pembeli, menjadi suatu alasan untuk tetap membeli produk yang kita jual dan pada akhirnya akan melakukan pembelian ulang.

Di tengah banyaknya pabrik emas di Indonesia khususnya di kota Surabaya, ada salah satu pabrik emas di kota Surabaya Utara yang berlokasi di Jl. Kenjeran No. 633, Kel. Kalijudan, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur 60114. Pabrik Emas ini dikenal mempunyai banyak pelanggan di Jawa bahkan hingga sampai ke Luar Pulau Jawa. Pabrik Emas ini dikenal dengan nama PT. Damai Karunia Sejahtera. Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, PT. Damai Karunia Sejahtera ini menggunakan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli agar pembeli merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan juga memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan pembeli. PT. Damai Karunia Sejahtera merupakan pabrik yang menghasilkan produk perhiasan emas seperti, anting, giwang, kalung, liontin, gelang, cincin dan juga memproduksi logam mulia yang saat ini sedang digemari oleh

masyarakat. Peluang pasar yang besar ini akhirnya digunakan oleh PT. Damai Karunia Sejahtera untuk mengembangkan desain, model dan kualitas produk agar dapat menarik pembeli untuk membeli produk yang dihasilkan. Banyak pembeli yang menjatuhkan pilihannya dalam membeli perhiasan pada PT. Damai Karunia Sejahtera.

Maka dari itu penulis ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan kepada pembeli dan kualitas produk yang dihasilkan dari PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya. Menjadi keinginan dan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana sesungguhnya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan atau barang yang dijual dari PT. Damai Karunia Sejahtera terhadap kepuasan pelanggan untuk membeli produk dari PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya tersebut. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan yang terjadi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembelian Perhiasan Emas Di PT. Damai Karunia Sejahtera Surabaya”**.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Persaingan di dunia bisnis ataupun perdagangan khususnya pada kualitas pelayanan saat ini tidak dapat dihindari, banyak sekali perusahaan yang sejenis berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Jika tidak melayani dengan penuh kesabaran dan kesopanan maka akan ditinggalkan oleh pelanggannya. Kemampuan menjual produk sangat penting untuk meningkatkan hasil penjualan. Menurut penulis, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan para pembeli. Dengan demikian suatu perusahaan dikatakan baik apabila mampu memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kunci utama dalam konsep kualitas pelayanan adalah konsep pasar. Pasar merupakan tempat transaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Selain itu pemasaran perhiasan emas sangatlah penting dalam meningkatkan antusias pelanggan untuk memenuhi harapan dan kebutuhannya.

Menurut Kotler (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima atau dirasakan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, begitupun juga sebaliknya. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan

pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia. Pelayanan dan pemberian dukungan kepada pelanggan adalah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya yaitu memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan memecahkan masalah pada saat pemberian layanan itu berlangsung. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan di antara pelaku usaha yang ditawarkan kepada pembeli. Pelanggan selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar. Kualitas produk yang baik sangatlah penting karena untuk membantu dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan permintaan pembelian pelanggan untuk membeli atau memesan produk yang kita jual. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut bisa memuaskan para pembeli dan dapat menambah jumlah pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa, “Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan sebuah produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan”.

Pengertian kualitas produk menurut Schiffman dan Kanuk (2017) “Kualitas Produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut”. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk tercapainya kepuasan pelanggan, maka diperlukannya suatu kualitas yang menonjol dari perusahaan. Salah satunya seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan pelanggan akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi pelanggan. Maka, perusahaan penyedia produk bisa memberikan produk yang berkualitas untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan dan meminimalisir pengalaman yang kurang sesuai dengan produk yang kita jual. Sehingga pembeli merasa puas dan kemudian akan melakukan pembelian ulang.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu perasaan manusia dari hasil yang sesuai dengan harapannya. Kepuasan berasal dari bahasa latin, yaitu *satis* (cukup baik atau memadai) dan *facio*

(melakukan atau membuat), sehingga kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan akan sesuatu dari apa yang diharapkan. Jika berkaitan dengan konsumen, yakni suatu respons dari konsumen yang terpenuhi keinginannya, ada kemungkinan *features* barang atau jasa menurut Rahmat (2016).

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja atau pengalaman tidak sesuai harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tetapi jika kenyataan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Dan jika kenyataan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas atau senang.

METODE PENELITIAN

Desaian Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang dapat digunakan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Menurut Sugiyono (2017), pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan pengertian metode penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan penelitian dibutuhkan data yang relevan dan nyata untuk mencapai tujuan yang diinginkan dapat tercapai sesuai dengan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alat yang digunakan untuk menganalisis adalah SPSS. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif kausal karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat kevalidan dari instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang akan diukur. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengungkapkan data dari variabel untuk mengukur tingkat validitas pernyataan yang dipelajari dengan benar. Cara menguji suatu instrument apakah dinyatakan valid atau tidak adalah dengan membandingkan r hitung dengan tabel, jika r hitung $>$ dari r

table dalam penelitian ini r tabel untuk responden N = 83 dengan taraf signifikan diperoleh senilai 0,220 kriteria pengujiannya adalah :

Nilai df dari penelitian ini adalah (83 responden – 3 variabel) yaitu 80, maka r tabelnya adalah 0,220. Indikator akan dikatakan valid bila r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan begitu melihat dari hasil uji validalitas tabel di atas bisa dikatakan semua indikator variabel kualitas pelayanan adalah valid.

Nilai df dari penelitian ini adalah (83 responden – 3 variabel) yaitu 80, maka r tabelnya adalah 0,220. Indikator akan dikatakan valid bila r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan begitu melihat dari hasil uji validalitas tabel di atas bisa dikatakan semua indikator variabel kualitas produk adalah valid.

Nilai df dari penelitian ini adalah (83 responden – 3 variabel) yaitu 80, maka r tabelnya adalah 0,220. Indikator akan dikatakan valid bila r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan begitu melihat dari hasil uji validalitas tabel di atas bisa dikatakan semua indikator variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,972	36

Reliabilitas baru dapat ditentukan ketika semua item valid dikatakan. Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner, dilakukan berulang kali. Kuesioner dikatakan dapat diandalkan jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Kemudian kuesioner dalam penelitian ini dapat diandalkan karena memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu 0,972. Dengan demikian dapat dikatakan skala memiliki Realibilitas yang memuaskan sehingga hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil menunjukkan histogram normalitas terlihat kurva histogram membentuk melenceng kekanan dan kekiri, artinya dalam penelitian data sudah memenuhi distribusi normalitas.

Uji P-Plot Normalitas

Dari hasil tersebut terlihat distribusi mengikuti garis diagonal sehingga dalam penelitian ini instrument dinyatakan normal karena mengikuti distribusi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,193	2,170		1,933	,057		
	Kualitas Pelayanan	,096	,113	,096	,854	,396	,314	3,187
	Kualitas Produk	,471	,071	,747	6,662	,000	,314	3,187

Uji ini digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan kolerasi yang kuat antar variabel bebas ketentuan pengujianya. Dari hasil tersebut bisa kedua *Variable Independent* memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan terlihat nilai (*Variance inflasi Factor / VIF*) Tolerance > 0,10 dan nilai tolerance < 10 maka tidak terdapat Multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut Heterokedastisitas. Model yang baik adalah yang tidak terjadi Heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,193	2,170		1,933	,057
	Kualitas Pelayanan	,096	,113	,096	,854	,396
	Kualitas Produk	,471	,071	,747	6,662	,000

Regressi model lainnya adalah regresi yang didalam terdapat variabel moderator. Variabel moderator adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, rumus dari pengujian regresi untuk model tersebut adalah : $Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Penjelasan dari table diatas adalah : $4,193 = 0,096 + 0,471 + 2$

1. Nilai Konstanta sebesar 4,193 menunjukkan nilai variabel independent yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk tidak mengalami perubahan maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar (4,193%).

2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,096 menunjukkan besaran nilai variabel Kualitas Pelayanan di PT. Damai Karunia Sejahtera mengalami penyesuaian 1% maka akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar (0,96%).
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,471 menunjukkan besaran nilai variabel Kualitas Prduk di PT. Damai Karunia Sejahtera mengalami kenaikan 1% maka akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar (4,71%).

Uji t (Parsial)

Tabel Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,193	2,170		1,933	,057
Kualitas Pelayanan	,096	,113	,096	,854	,396
Kualitas Produk	,471	,071	,747	6,662	,000

Uji parsial dimaksudkan untuk mencari tahu hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan cara menguji semua variabel bebas (bersama) dengan variabel terikat.

1. Pengujian Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung untuk Variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,854 dan nilai signifikannya 0,396 artinya dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Damai Karunia Sejahtera karena nilai sig 0,396 > 0,05 dan t hitung < t tabel (0,854 < 1,664).

2. Pengujian Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung untuk variabel kualitas produk adalah 6,662 dan nilai signifikannya 0,000 artinya dalam penelitian ini kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Damai Karunia Sejahtera karena nilai sig 0,000 < 0,05 dan t hitung > t tabel (6,662 > 1,664).

Uji f (Simultan)

Tabel Uji f (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	812,208	2	406,104	86,893	,000 ^b
Residual	373,888	80	4,674		
Total	1186,096	82			

Uji simultan dimaksudkan untuk mencari tahu hubungan antara variabel bebas dan terikat dengan cara menguji semua variabel bebas (bersama) dengan variabel terikat. Uji tersebut menunjukkan nilai f yaitu 86,893 dalam penelitian ini f hitung > f tabel (86,893 > 2,719

) dan sig yang bernilai $0,000 < 0,05$ artinya dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Koefisien Determinasi

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 ^a	,685	,677	2,162

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengetahui jumlah besaran presentase yang dari variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat nilai dari koefisien determinasi ini. Cara melihat determinasi adalah dengan melihat kolom R Square dimana nilai R Square pada tabel diatas bernilai 0,685 atau senilai 68,5% besaran nilai presentase yang mempengaruhi variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN PENGUJIAN

Pengujian Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Nilai t hitung untuk Variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,854 dan nilai signifikannya 0,396 jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka, tidak berpengaruh hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan, untuk $N = 83$ diperoleh t tabel senilai ($df = 83 - 3 (1,664)$) dalam penelitian ini $0,854 < 1,664$, lalu terlihat pula nilai signifikan yang lebih tinggi dari 0,05 yakni 0,396 artinya dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya dengan demikian semakin baik penerapan Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan untuk membeli produk di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya.

Menurut Kotler (2019), Mendefinisikan Kualitas Pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Pengujian Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Nilai t hitung untuk Variabel Kualitas Produk adalah 6,662 dan nilai signifikannya 0,000 jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka berpengaruh hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan, untuk $N = 83$ diperoleh t tabel senilai ($df = 83 - 3 (1,664)$) dalam penelitian

ini $6,662 > 1,664$ lalu terlihat pula nilai signifikan yang lebih rendah dari 0,05 yakni 0,000 artinya dalam penelitian ini Kualitas Produk Tidak Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) menyatakan bahwa, “Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan sebuah produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan”. Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa produk sudah melakukan fungsinya yaitu, memuaskan kebutuhan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai f yaitu 86,893 dan sig yang bernilai 0,000 jika f hitung $>$ f tabel ($86,893 > 2,719$) maka didapat pengaruh yang Signifikan untuk Semua Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) terhadap Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan). Untuk $N = 83$ dan ($df = 83 - 3$) dengan taraf kesalahan 5% diperoleh f table 2,719. Hasil dari penelitian ini f hitung $>$ f table ($86,893 > 2,719$) dan sig yang bernilai $0,000 < 0,05$ artinya Secara Simultan Semua Variabel Bebas Berpengaruh dan Signifikan terhadap Variabel Terikat.

Untuk Nilai R^2 senilai 68,5% besaran nilai presentase yang mempengaruhi Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) terhadap Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan). Sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisa pada penelitian ini, maka kesimpulan dari hasil analisa yang akan menjawab rumusan masalah penelitian ini adalah Nilai t hitung untuk Variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,854 dan nilai signifikannya 0,396 jika t hitung $<$ t tabel maka tidak berpengaruh hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan, untuk $N = 83$ diperoleh t tabel senilai ($df = 83 - 3$) (1,664) dalam penelitian ini $0,854 < 1,664$, lalu terlihat pula nilai signifikan yang lebih tinggi dari 0,05 yakni 0,396 artinya dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya dengan demikian semakin baik penerapan Kualitas Pelayanan, maka akan semakin tinggi Kepuasan Pelanggan untuk membeli produk di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya.

Nilai t hitung untuk Variabel Kualitas Produk adalah 6,662 dan nilai signifikannya 0,000 jika t hitung $>$ t tabel maka berpengaruh hubungan antara Kualitas Produk dengan

Kepuasan Pelanggan, untuk $N = 83$ diperoleh t tabel senilai ($df = 83 - 3 = 80$) dalam penelitian ini $6,662 > 1,664$ lalu terlihat pula nilai signifikan yang lebih rendah dari $0,05$ yakni $0,000$ artinya dalam penelitian ini Kualitas Produk Tidak Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Damai Karunia Sejahtera Kota Surabaya.

Nilai f yaitu $86,893$ dan sig yang bernilai $0,000$ jika f hitung $> f$ tabel ($86,893 > 2,719$) maka didapat pengaruh yang Signifikan untuk Semua Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) terhadap Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan). Untuk $N = 83$ dan ($df = 83 - 3$) dengan taraf kesalahan 5% diperoleh f table $2,719$. Hasil dari penelitian ini f hitung $> f$ table ($86,893 > 2,719$) dan sig yang bernilai $0,000 < 0,05$ artinya Secara Simultan Semua Variabel Bebas Berpengaruh dan Signifikan terhadap Variabel Terikat. Untuk Nilai R^2 senilai $68,5\%$ besaran nilai presentase yang mempengaruhi Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) terhadap Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan). Sedangkan sisanya $31,5\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait untuk membuat beberapa pihak dapat berkembang dan menjadi lebih baik. Beberapa saran yang dapat dilihat adalah sebagai berikut :

Perusahaan PT. Damai Karunia Sejahtera diharapkan untuk lebih meningkatkan Kualitas Produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut penulis Kualitas Pelayanan dari PT. Damai Karunia Sejahtera sudah baik namun lebih ditingkatkan lagi untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Peneliti Selanjutnya Sarankan untuk peneliti lain agar dapat memilih variabel yang lebih variatif yang sangat berpengaruh untuk perkembangan dari perusahaan yang akan diteliti. Memberikan referensi dan evaluasi bagi perusahaan agar dapat terus berkembang dan juga mempertimbangkan kebutuhan pelanggan yang lain agar dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk berinovasi dalam mengembangkan perusahaan agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan tetap menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu peneliti selanjutnya disarankan untuk tetap belajar dan melakukan penelitian baru untuk menambah wawasan dengan memilih variabel yang sesuai dengan kondisi pada saat itu.

DAFTAR PUSTAKA

- A., Morissan M. dkk. (2017). "Metode Penelitian Survei". Jakarta : Kencana.
- Amalina, Ra Nur, I. Made Sukresna, and J. Sugiharto. (2019). "Studi tentang Kepuasan Konsumen di Toko Emas Pusaka Sukorejo Kendal". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 18.2 : 104-123.
- Ahror, Ubaidillah Al. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6. No. 3. Hal. 1-20.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta : Rineka Cipta.
- Aulia, Maslikhatul & Imam Hidayat. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies". *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*. Volume 6. No. 5. ISSN : 2461-0593.
- Fitriani, Rini. (2021). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan pada Toko Emas Budi Banjara". Diss. Politeknik Harapan Bersama Tegal.
- <http://dheaayuwikuningtyas.blogspot.com/2013/09/>, diakses pada 15 Maret 2023 pukul 20.00.
- <https://www.bareksa.com/berita/emas/2022-11-18/kenaikan-rata-rata-harga-emas-12-per-tahun-begini-outlook-di-2023>, diakses pada 15 Maret 2023 pukul 20.00.
- Jurnal Jarliyah Harfika, Nadiya Abdullah. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya". *Balance* Vol. XIV. No. 1.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). "Prinsip-prinsip Pemasaran". Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). "Marketing Management". 15 th. Edition New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. (2016). "Manajemen Pemasaran". Edisi 12. Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Mardian, Jas. (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Toko Emas Berlian Pasar Cakung serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam". Diss. Universitas Yarsi.
- Nasbir, Safira Fariza. (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets". Skripsi Kendari : Universitas Haluoleo.
- Rahayu, Sofi dan Maulina Tustiko. (2022). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Emas di Toko Bukit Mas Cabang Menganti Gresik". Diss. STIE Mahardhika Surabaya.
- Roisah, Riris dan Dwizna Riana. (2016). "Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen". *Ecodemica*. Vol. IV No. 1.
- Siswantari, Ni Putu Natia Emi. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Melati Gold Denpasar". Diss. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Sugiyono. (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung : Alfabeta CV.

- Sunanto, Agung. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pembeli (Studi pada Pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang)”.
- Tias Windarti, Mariaty Ibrahim. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu”. Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau.
- Tri, Wijiyanti. (2021). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada Pembelian Logam Mulia Emas (Studi PT. Emas Optimasi Abadi Cabang Purwokerto)”. Diss. Iain Purwokerto.
- Yakin, Achmad Ainul. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry BG Junction Surabaya dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. Diss. STIE Mahardhika.