

Determinasi Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

Suhroji Adha ^{1*}, Etty Nurkhayati ², Irawan Irawan ³, Nani Yunarsih ⁴, Djaka Adiwinata ⁵

¹⁻⁵ Universitas Faletahan, Indonesia

Email: suhroji90@gmail.com *

Abstract, This study was conducted to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction. This type of research is explanatory, with data collection techniques through questionnaires. The sampling technique uses a saturated sample technique, the sample is 80 people who are Outlet employees. The analysis method used in this study is Quantitative Data Analysis. The results of the hypothesis test show that Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Service Quality also has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. The conclusion of this study is that Product Quality and Service Quality have a positive and significant effect on Customer Satisfaction both partially and simultaneously.

Keywords: Customer, Determination, Satisfaction

Abstrak, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tipe penelitiannya ini merupakan explanatory, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh, sampelnya berjumlah 80 orang yang merupakan karyawan Outlet. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Kuantitatif. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata Kunci : Determinasi, Kepuasan, Pelanggan

1. PENDAHULUAN

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

Kualitas produk adalah salah satu strategi dan upaya perusahaan untuk membuat konsumen merasa puas dengan produk yang sudah dibeli, dengan meningkatkan kualitas produk yang membuat konsumen tetap setia membeli produk yang sama atau produk berbeda di perusahaan yang sama karena sudah merasa percaya dengan kualitas produk dari perusahaan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan suatu komponen penting untuk menciptakan rasa puas konsumen. Untuk meningkatkan kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. metode ini dilakukan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang diinginkan. Akan tetapi dalam kenyataannya masih terdapat masalah kualitas produk di *Medical Clinic* yang masih di pertanyakan. Masalah yang terjadi mulai dari Khasiat obat yang dirasa kurang karena faktor penyimpanan, bentuk kemasan yang kurang aman, ketidak sesuaian dengan pesanan, tahun kadaluarsa yang terbilang tidak tahan lama untuk ukuran obat, produk yang kurang begitu diminati karena aturan pakai yang rumit. Dari masalah tersebut di khawatirkan dapat mengurangi reputasi yang baik di masyarakat sejak dahulu.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. kualitas pelayanan adalah suatu hasil yang dapat diciptakan dengan melakukan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan tidak bisa disimpan akan tetapi dapat dirasakan manfaatnya dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2014 : 268) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Dalam dunia usaha di bidang apapun, pelayanan merupakan aspek paling penting yang harus di perhatikan suatu perusahaan, karena setiap kegiatan yang dilakukan dari semua divisi di suatu perusahaan tidak lepas dari peran pelayanan, untuk itu setiap perusahaan wajib melakukan suatu tindakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, dalam hal ini perusahaan yang tergabung dalam Medical Clinic (<https://medicalclinic.id/>) dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan baik dari divisi gudang yang tugasnya menjaga agar produk tetap bersih dan melakukan cek rutin tahun kadaluarsa yang mungkin kadaluarsanya sudah mendekati masanya di semua produk agar tidak lolos dan sampai ke tangan konsumen, kemudian divisi manajemen untuk memberikan metode yang sistematis agar setiap divisi saling bersinergi dan terkoordinir, dari pihak fakturis untuk benar-benar mencetak faktur baik dari masalah harga yang sesuai program, alamat yang sesuai dengan outlet yang ditujukan, dan dari divisi salesman yang melakukan pelayanan yang baik pada konsumen dengan mengikuti prosedur dan SOP perusahaan dalam melakukan *Take order* atau mengurus retur dari outlet, serta mempelajari perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan, dan yang terakhir dari divisi Logistik yang bertugas mengirim produk ke

tempat tujuan dengan keadaan yang baik, sesuai dan tepat waktu. Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa masalah mengenai kualitas pelayanan.

Masalah yang terjadi bisa dari penampilan dan peralatan yang ada pada salahsatu perusahaan Medical Clinic (<https://medicalclinic.id/>) yang kurang lengkap yang sesuai dengan standar CDOB (Cara Distribusi Obat yang baik). Perubahan jadwal penagihan yang tidak sesuai faktur awal yang mengakibatkan outlet terkadang belum menyiapkan uang tagihan saat sales datang untuk menagih. Pengiriman yang tugasnya mengirim barang tidak selalu tepat waktu dengan yang dijanjikan sales saat melakukan *Take Order*. Reputasi perusahaan yang belum begitu baik dimata konsumen. kurangnya tindakan dan penanganan sales untuk produk BS (*Bad Stock*) yang akan di retur. Dari masalah tersebut di khawatirkan dapat mengurangi reputasi yang baik di mata para konsumen. Kepuasan pelanggan adalah sebuah tujuan utama bagi setiap perusahaan agar konsumen melakukan pembelian kembali, menciptakan loyalitas pelanggan, dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan.

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016:3). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan tahap awal yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian kembali dari perusahaan yang sama karena rasa percaya akan produk dan pelayanan mereka yang dinilai baik.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada perusahaan yang terdaftar pada Medical Clinic (<https://medicalclinic.id/>)?

Tujuan penelitian ini adalah Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Medical Clinic (<https://medicalclinic.id/>).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan empiris kuantitatif yaitu pendekatan yang memungkinkan pencatatan penelitian dalam bentuk angka. Sedangkan jenis penelitiannya yaitu analisis asosiatif, yaitu bentuk analisis data penelitian untuk mengetahui hubungan antara tiga variabel atau lebih. Yaitu antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang keberadaannya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Medical Clinic (<https://medicalclinic.id/>) di Provinsi Banten.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah inferensi yakni Kegiatan mendeskripsikan data adalah menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti, teknis analisis yang digunakan adalah dengan uji regresi linier berganda. Analisis regresi linear digunakan untuk mempelajari dependen dalam suatu fenomena.

3. HASIL

Dari hasil uji hipotesis menunjukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh *variabel independen* secara serentak terhadap *variabel dependen*. Hasil Uji T dan Uji F, diketahui bahwa Kualitas Produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pegawai dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49.152 > 2,72$). Dan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 ($0,000 < 0.05$). Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap meningkatnya Kepuasan Pelanggan. Pengaruh dari penelitian ini bersifat positif, artinya setiap ada peningkatan terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat.

5. KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima.

Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Yanto (2017); Sembiring et al., (2014) dan Bahar an Sjahruddin (2017) menyatakan bahwa yang Secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.

REFERENSI

- Armstrong, Kotler, (2015): *“Marketing an Introducing Prentice Hall twelft edition”*, England : Person Education, Inc.
- Dika Lambang Krisdianti, (2019): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 70 No. 1.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong, (2016): Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Purnomo Edwin Setyo, (2017): Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6: 755 – 764.
- Reza Dimas Sigit , (2014): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Ifi Futsal Bandung). Universitas Telkom.
- Sugiyono, (2017): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2015. Pelanggan Puas ? Tak Cukup !. Andi. Yogyakarta.
- Tri Yanto, (2017): Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri). Simki-Economic Vol. 01 No. 02.

<https://medicalclinic.id>