

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. LINK PASIPIK INDONUSA

Teguh Priambudi, Dovina Navanti, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202010325341@mhs.ubharajaya.ac.id, dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id,
franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dengan 100 sampel. penelitian ini dirancang untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung, sementara kualitas produk juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan fokus pada peningkatan kedua aspek tersebut untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan. Penelitian memberikan wawasan yang berguna bagi PT. Link Pasipik Indonusa agar dapat dievaluasi lebih lanjut lagi dalam strategi pengelolaan kualitas pelayanan, produk dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to analyse the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at PT. Link Pasipik Indonusa. This research uses quantitative methods through distributing questionnaires with 100 samples. This research is designed to measure customer perceptions of service quality and product quality on customer satisfaction. The results showed that both service quality and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Good service quality is able to increase customer satisfaction directly, while product quality also plays an important role in increasing customer satisfaction. This research suggests that companies focus on improving both aspects to retain and attract more customers. The research provides useful insights for PT. Link Pasipik Indonusa so that it can be further evaluated in the management strategy of service quality, product and customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

Article History

Received: Juli 2024
Reviewed: Juli 2024
Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Peningkatan perekonomian erat kaitannya di aktivitas komersial, termasuk perdagangan internasional. Perdagangan internasional ialah pertukaran barang komersial antara satu negara dengan negara lain. Situasi khusus ini semakin diperumit oleh pengetahuan ilmiah dan teknologi

yang terus berkembang, hal ini menyebabkan perlunya penguatan hubungan perdagangan Indonesia dengan negara-negara lain di dunia. Proses ini dikenal sebagai ekspor-impor, dan melibatkan perpindahan barang dari tiap negara (Sahara & Amelia, 2023).

Kegiatan ekspor akhirnya dapat timbul karena adanya sumber daya atau barang di Indonesia yang tidak ada atau jarang dimiliki oleh negara lain. Rempah-rempah serta barang jadi, atau barang setengah jadi, biasanya diekspor oleh Indonesia dari industri tekstil. Kegiatan ekspor mungkin juga dilakukan karena ada keinginan ekspor untuk memperluas pasar dan memperkuat ekonomi lokal.

Kegiatan impor punya peran penting dalam perdagangan internasional dan ekonomi global, memungkinkan aliran barang, jasa, dan modal antar negara. Hal ini juga memungkinkan negara-negara memanfaatkan keunggulan komparatif, yaitu memproduksi barang atau jasa dengan biaya lebih rendah atau kualitas lebih tinggi dibandingkan negara pesaing, guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam negeri.

Transaksi penjualan impor dan ekspor tidak selalu mudah untuk ditangani. Oleh karena itu, kegiatan ekspor-impor biasanya berlangsung rumit dan bertahap. (Ahmad & Firmansyah, 2022). Banyaknya dokumen dan peraturan yang harus dipatuhi dalam menjual barang melintasi batas negara menimbulkan kendala yang perlu diatasi. Tidak jarang para importir dan eksportir mencari jasa perusahaan ekspedisi atau *freight forwarding* untuk meningkatkan efisiensi operasional. (Sundari, 2022). Proses penyiapan dokumen kargo ekspor merupakan tahapan yang sangat penting dalam kegiatan ekspor kargo, yang tanpanya arus kargo tidak akan berjalan lancar, dokumentasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam memperlancar proses ekspor barang. Dimana dokumen dapat digunakan sebagai alat bukti, seperti transaksi perdagangan luar negeri antar negara. Oleh karena itu, semua dokumen ekspor yang berkaitan dengan kegiatan ini harus diisi dan diperiksa dengan cermat (Sani Idrianif, *et.al* 2022).

Oleh karena itu, PT. Link Pasipik Indonusa sebagai *freight forwarding* berfungsi sebagai sarana pendamping dalam kegiatan ekspor-impor dan memberikan layanan pengiriman kargo serta mengurus dokumen ekspor-impor. PT. Link Pasipik Indonusa punya beberapa layanan, antara lain: *Sea Freight, Air Freight, Domestic and Project, Custom Clereance, Inland Transportation* dan juga *Warehousing*.

Akibatnya, banyak bisnis *freight forwarding* mulai muncul, yang kemungkinan akan mengarah pada peningkatan jumlah bisnis *freight forwarding* dan harga yang semakin kompetitif. Yang membedakan satu dari yang lain ialah kualitas pelayanannya dan kualitas produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil survei, beberapa pelanggan menyatakan bahwasanya produk yang ditawarkan tidak beragam seperti yang diharapkan oleh pelanggan, pelayanan kurang cepat tanggap, dan waktu pengiriman tidak secepat yang diharapkan. Menurut P. Kotler dan K. L. Keller dalam (Navanti Dovina *et.al*, 2020), kepuasan adalah gambaran seseorang tentang produk atau layanan yang kita ciptakan untuk konsumen agar mereka merasa bahagia dan tidak kecewa.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis sangat berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa.**

Metode

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti sebagai dasar untuk pengujian dalam suatu penelitian. Hipotesis menggambarkan hubungan antara dua variabel bebas atau lebih dan variabel terikat, atau menciptakan prediksi mengenai apa yang bisa terjadi pada penelitian. Berdasarkan kerangka berpikir, berikut ini merupakan hipotesis dari penelitian ini :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian (Nurliah & Mulyanti, 2023) Kualitas Pelayanan punya pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. USSI Pinbuk Prima *Software* Bandung besaran pengaruhnya mencapai 58.5%, Yang bermakna apabila kualitas

pelayanan yang diberi oleh PT. Link Pasipik Indonusa punya respon yang baik dan cepat tanggap, maka pelanggan akan memberikan penilaian yang bagus serta dapat merekomendasikan kepada partner atau rekan kerja maka akan berdampak positif terhadap PT. Link Pasipik Indonusa, maka sebaliknya bilamana kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Link Pasipik Indonusa kurang baik dan lambat, maka pelanggan akan memberikan rekomendasi yang kurang baik dan akan berdampak negatif pada PT. Link Pasipik Indonusa. Dengan demikian, hasil hipotesis adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian (Yurianto & Dewi, 2021) menjelaskan bahwa kualitas produk punya pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Ini bermakna bila kualitas produk yang diberikan PT. Link Pasipik Indonusa punya hasil yang bagus dan memuaskan, maka pelanggan akan memberikan penilaian yang bagus serta dapat merekomendasikan kepada partner atau rekan kerja mereka dan akan berdampak positif terhadap PT. Link Pasipik Indonusa, maka sebaliknya bilamana kualitas produk yang di hasilkan oleh PT. Link Pasipik Indonusa kurang baik, maka pelanggan akan memberikan rekomendasi yang kurang baik dan akan berdampak negatif pada PT. Link Pasipik Indonusa. Dengan demikian, hasil hipotesis adalah sebagai berikut:

H2 : Diduga terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil Penelitian (Kurnaeli et al., 2022) menjelaskan sesuai perolehan uji simultan, ditemukan terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat hubungan yang tergolong tinggi. Perolehan pengujian parsial menjelaskan bahwa kualitas pelayanan punya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dengan tingkat hubungan yang tinggi. Lalu, kualitas produk berdampak signifikan pada kepuasan dengan hubungan yang kuat. Uji determinasi menjabarkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan mencapai 0,667 (66,7%), sementara sisanya 33,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dicakup pada penelitian ini. Dengan demikian, hasil hipotesis adalah sebagai berikut:

H3 : Dianggap tersedia pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Metodologi penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif yang merupakan jenis analisis dimana data disatukan dan ditelaah memakai metode statistik dan analisis data angka-angka (Sugiyono, 2023).

Pendekatan kuantitatif membatasi kemampuan peneliti untuk menyampaikan pengetahuan dengan menyajikan fakta secara numerik. Data yang didapat dengan memakai kuesioner yang telah disetujui berfungsi sebagai jumlah data untuk di analisis. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif adalah studi metodis yang meneliti kinerja karyawan secara terstruktur untuk mengidentifikasi hubungan yang disebabkan oleh variabel (Noviyasari, C., Ibrahim, H., & Kasiran, M. K., 2023).

Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian

Tabel 3.1 Jumlah Pelanggan Ekspor PT. Link Pasipik indonusa

BULAN	JUMLAH PELANGGAN
Februari	82
Maret	95
April	67

Populasi yang ditelaah pada penelitian ini adalah pelanggan ekspor di PT. Link Pasipik Indonusa dari periode Februari hingga April 2024. Total populasi pada kajian ini ialah 244 orang.

Sampel Penelitian

Sampel yang didapat dalam penelitian ini adalah pelanggan ekspor di PT. Link Pasipik Indonusa yang total populasi 244 orang. Metode yang diusulkan Slovin supaya menetapkan ukuran sampel yang memenuhi hitungan ialah sebagai berikut (Sani dan Maharani, 2023).

Rumus Slovin yaitu $n = \frac{N}{1+Ne^2}$ n = total sampel yang didapat.

N = Jumlah Populasi
e = Margin eror yang di toleransi

$$n = \frac{244}{1+(244 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{244}{1+(244 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{244}{1+2,44}$$

$$n = \frac{244}{3,44}$$

$$n = 71 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel penelitian ini sebanyak 100 orang.

Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Menurut (Mewengkang et al., 2022) Data primer merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer ialah data yang didapat pada perolehan observasi, angket, dan wawancara mendalam selama proses penelitian.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan ialah totalitas fitur dan atribut sebuah barang yang menghasilkan potensi maksimalnya. (Yulina Astuti, Faisal Hamdani, 2023)	1. Kehandalan (Reliability) 2. Jaminan (Assurance) 3. Bukti Langsung (Tangible) 4. Empati (Empathy) 5. Daya Tanggap (Responsiveness)	Likert 1 - 5
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merujuk pada berapa baik kinerja suatu barang tertentu dalam hal hasil atau kinerja. (Hatma & Nainggolan, 2023)	1. Spesifikasi produk 2. Kinerja produk 3. Tampilan produk	Likert 1 – 5
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan ialah rasa puas atau rasa berhasil yang timbul sesudah menyandingkan prestasi kerja (perolehan) suatu produk yang diharapkan dibandingkan dengan prestasi kerja sebenarnya (Kotler & Keller, 2020).	1. Kinerja 2. Harga 3. Ekspektasi	Likert 1 – 5

3.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan alat agar menetapkan interval panjang pendeknya pada skala ukur. Penulis memakai skala Likert dalam penelitian ini Skala Likert adalah skala respons (Arfianto & Indudewi, 2023). Kuesioner adalah alat untuk ukur pendapat responden melalui survei (Imansyah Fadhil Fidri, 2019).

Dibawah ini adalah skala Likert yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 3.3 Pengukuran Tabel Skala Likert

Keterangan	Penilaian/Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Sahir (2022) Pengujian validitas melibatkan pengujian pertanyaan penelitian untuk mengetahui seberapa baik responden paham akan pertanyaan yang diberikan peneliti. Bila perolehannya tidak valid, responden mungkin tidak memahami pertanyaannya. Adapun pengetahuan lainnya, validitas ialah suatu jenis instrumen penilaian yang dianggap valid bilamana instrumen tersebut dapat memprediksi secara akurat apa yang akan di ukur. Bila rhitung dengan rtabel dengan tingkat signifikansinya 0,05. Bila rhitung < rtabel, alhasil indikator tersebut dianggap tidak valid, sebaliknya bila rhitung > rtabel, alhasil indikator tersebut dianggap valid (Imron, 2019).

Uji Reliabilitas

Menurut Sahir (2022) Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk numerik (kebanyakan dalam bentuk koefisien). Ketika koefisien meningkat maka semakin reliabel atau konsisten jawaban responden.

Apabila suatu alat pengukuran memberikan hasil yang konsisten dan akurat, maka alat tersebut disebut sebagai reliabilitas, Muhidin dan Abdurahman (2017:37) dalam (Imron, 2019). Tujuan Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi instrumen menjadi alat ukur hingga hasil pengukuran bisa dipercaya. Perolehan pengukuran hanya bisa ditentukan bila setelah berkali-kali mencoba mempengaruhi kelompok subjek yang serupa didapat perolehan yang sama, selama aspek dalam hasil yang diukur tetap tidak berubah.

1. Bilamana skor Alpha > 0,60, alhasil datanya reliabel.
2. Bilamana skor Alpha < 0,60, alhasil datanya tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Sahir (2022) Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat punya distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik perlu mempunyai analisa grafis dan pengujian statistik, yang menggunakan parameter yaitu:

1. Bila skor signifikansi, atau skor probabilitasnya > 0,05, hipotesisnya dapat diterima dikarenakan data yang relevan didistribusikan dengan normal.
2. Bila skor signifikansi, atau skor probabilitasnya < 0,05, maka hipotesisnya ditolak dikarenakan data tak terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Sahir (2022) Tujuan uji multikolinearitas adalah agar tahu apakah variabel terikat mengandung hubungan yang signifikan atau tidak ada hubungan satu sama lain. Untuk

mendeteksi multikolinearitas digunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF). Bilamana $VIF > 10$ maka akan terjadi korelasi di uji multikolinearitas. Bila $VIF < 10$ maknanya tak ada korelasi di uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sahir (2022) Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan ada tidaknya perbedaan varian dari residual dari satu penelaah ke penelaahan lainnya. Uji heteroskedastisitas dijalankan memakai korelasi *spearman*, Uji glejser, Uji Park, dan Pola Grafik. Berikut ini ialah dasar yang dipakai pada penelitian untuk menarik kesimpulan tentang probabilitas dengan masing-masing ketetapan:

1. Ketika skor signifikansinya atau skor probabilitasnya melebihi 0,05, hipotesis diterima dikarenakan data yang dianalisis tak mencerminkan tanda-tanda heteroskedastis (homoskedastis).
2. Bila skor signifikansinya atau skor probabilitasnya tak melebihi 0,05, alhasil hipotesis ditolak dikarenakan data yang sesuai mencerminkan gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sahir (2022) Uji Regresi linear berganda adalah suatu metode analisis yang berisi dua variabel atau lebih spesifiknya dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Ini digunakan untuk menentukan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya dan untuk menentukan sifat hubungan yang bersangkutan. Rumus uji regresi linear berganda dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi pertama

b₂ = Koefisien regresi kedua

X₁ = Variabel independen pertama

X₂ = Variabel independen kedua

e = *Error term*

3.3 Uji Hipotesis

3.3.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk meneliti bagaimana tiap variabel independen dan dependen secara terpisah, Skor signifikansi $< 0,05$ untuk uji t memperlihatkan independen secara individu berpengaruh pada dependen secara signifikan (Ghozali, 2021). Adapun rumusnya adalah *degree of freedom* (df) yakni $df = N - K - 1$, yaitu N ialah sampel dan K ialah total variabel bebas.

3.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap terikat yaitu kepuasan pelanggan (Ghozali, 2021). Adapun rumusnya ialah *degree of freedom* (df), $df = N - k - 1$ yakni bahwasanya N ialah sampel, k ialah total variabel bebas. Ada 2 kriteria pada uji f yang mencerminkan Fhitung dan Ftabel, diantaranya:

- 1) Bilamana Fhitung $> Ftabel$, Ho ditolak dan Ha diterima serta punya skor probabilitas sig $> 0,05$ yang dimana seluruh variabel independen tidak punya pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Bila Fhitung $< Ftabel$, Ho diterima dan Ha ditolak serta punya skor probabilitas sig $< 0,05$ yang dimana seluruh variabel independen punya pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.3.3 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Sahir (2022) Koefisien Determinasi yang umumnya disimbolkan oleh R² memperlihatkan tersedianya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas pada terikatnya. Ketika angka koefisien determinasi pada suatu model regresi berangsur-angsur menurun atau mendekati nol, ini memperlihatkan pengaruh seluruh variabel independen pada dependennya makin menurun. Bila skor R² mendekati 100% maknanya makin besar pengaruh semua variabel independen pada dependen. Berikut contoh rumus koefisien determinasi:

$$KP = R^2 \times 100$$

Keterangan :

KP = skor koefisien determinasi

R^2 = skor koefisien korelasi

Profil Perusahaan

PT. Link Pasipik Indonusa didirikan 3 Mei 2006 menjadi perusahaan *freight forwarder*, yang juga dikenal dengan NVOCC (*Non Vessel Operating Common Carrier*), serta menyediakan jasa pengiriman barang ekspor-impor. Perusahaan ini menetapkan agar membeli lahan sendiri dan membuka kantor yang berlokasi di Rukan Elang New Batavia Blok LC11 No. 07, Jl Raya Gading Batavia, Jakarta, Indonesia.

Dengan nomor registrasi 58 pada tanggal 27 Februari 2015, PT. Link Pasipik Indonusa tercatat menjadi perseroan terbatas (PT). Fauzi Agus, SH, ialah agen terdaftar perusahaan, dan diidentifikasi oleh SIUP 448 / SIUJPT / DISHUB / X / 2013 sebagai perusahaan pengiriman barang internasional. Setelah beberapa tahun pengalaman, PT. Link Pasipik Indonusa telah berhasil mengubah namanya menjadi penyedia layanan ekspor-impor berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.

Profesional dengan perencanaan strategis, manajemen yang baik, dan praktik usaha yang sehat, perusahaan sudah mendapatkan kepercayaan dari pelayaran internasional dan manajemen kapal.

4.1.2 Kegiatan Usaha Perusahaan

Link Pasipik Indonusa aktif pada bidang NVOCC, yaitu:

1. Layanan pengelolaan Dokumen Ekspor-Import
2. Jasa NVOCC (*Non Vessel Operating Common Carrier*)
3. Konsolidator Layanan

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

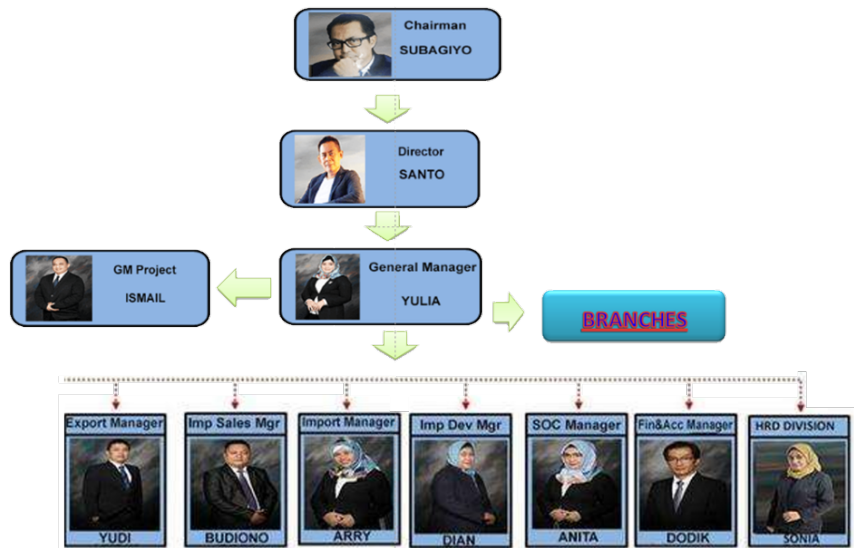
To Be The World's Leading Provider of Integrated Distribution Solutions

Misi

Our mission combines professionalism with advanced technology. Through direct consolidation, our own transportation, and sophisticated EDI systems, we build a strong global network. Dedicated to excellence, we aim for seamless logistics, fostering global growth and enduring partnerships.

4.1.4 Struktur Perusahaan

Agar suatu perusahaan atau organisasi berjalan dengan baik, maka diperlukan suatu pola yang menggambarkan tentang pembagian tugas dan tanggung jawab dari aktifitas yang dilakukan. Pola yang dimaksud adalah struktur organisasi, yaitu suatu pola yang menjelaskan tentang tugas dan tanggung jawab.



Gambar 4.1 Struktur Perusahaan

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa. Penelitian ini dilakukan memakai kuesioner online yang dikelola lewat *Google Form* sepanjang bulan Mei hingga Juni 2024. Dibawah ini ialah hasil data kuesioner yang sudah diperoleh dan disediakan dengan bentuk tabel.

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang kembali	100	100%

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan hasil tabel 4.1 kuesioner yang diberikan untuk responden mempunyai total 100 pertanyaan, dan jumlah kuesioner yang diisi dan dikembalikan sama dengan 100 pertanyaan atau 100%. Dalam penelitian ini, beberapa jenis karakteristik responden yang dapat diidentifikasi atau diklasifikasikan menurut gender, umur, dan pendidikan terakhir:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

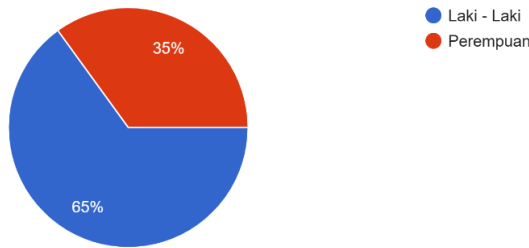
Responden sesuai aspek gender yakni :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – Laki	65	65%
Perempuan	35	35%

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Jenis Kelamin
100 jawaban



Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.2 dan gambar 4.2 sebanyak 65 responden atau 65% dari responden berjenis kelamin Laki – Laki dan sejumlah 35 responden atau 35% dari responden berjenis kelamin Perempuan. Responden didominasi oleh Laki - Laki.

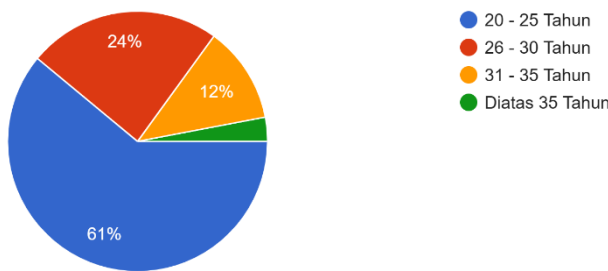
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
Responden berdasarkan aspek Umur yakni :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
20 – 25 Tahun	61	61%
26 – 30 Tahun	24	24%
31 – 35 Tahun	12	12%
Diatas 35 Tahun	3	3%

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Umur
100 jawaban



Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan tabel 4.3 dan gambar 4.3 berjumlah 61 responden atau 61% berumur 20 – 25 tahun, sejumlah 24 responden atau 24% dari responden berumur 26 – 30 tahun, sejumlah 12 responden atau 12% dari responden berumur 31 – 35 tahun, dan sejumlah 3 responden atau 3% dari responden berumur diatas dari 35 tahun. Responden didominasi oleh yang berumur 20 – 25 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Responden sesuai aspek pendidikan terakhir yakni :

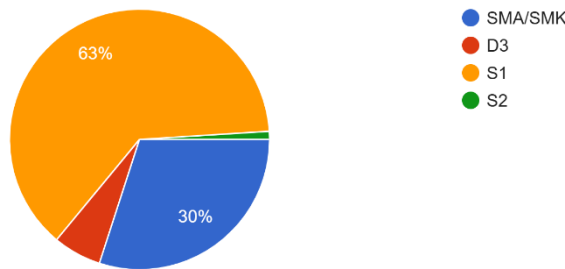
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA / SMK	30	30%

D3	6	6%
S1	63	63%
S2	1	1%

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Pendidikan Terakhir
100 jawaban



Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel 4.4 dan gambar 4.4 disebutkan 30 responden atau 30% darinya berpendidikan terakhir SMA/SMK, sejumlah 6 responden atau 6% darinya berpendidikan terakhir D3, sejumlah 63 responden atau 63% darinya berpendidikan terakhir S1, dan sejumlah 1 responden atau 1% darinya berpendidikan terakhir S2. Responden dengan pendidikan terakhir S1 paling banyak.

4.2 Hasil Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini menjadi alat yang dimanfaatkan untuk mengetahui validitas data yang telah diperoleh peneliti melalui responden digunakan untuk mengevaluasi kelayakan masing-masing butirnya. Kita membandingkan hasil rhitung dengan rtabel, di mana $df = n - 2$ dan sig 5%. Bila $r_{tabel} > r_{hitung}$, maknanya valid. Nilai rtabel dihitung menggunakan rumus df (tingkat kebebasan) = $n - 2$, dengan tingkat signifikan uji dua arah pada 0,05. Oleh karena itu, skor $df = 100 - 2 = 98$, hingga skor rtabel ialah 0,1966. Dengan demikian, perolehan uji validitas kuesioner bisa disebut valid jika nilai rhitung melebihi nilai rtabel. Berdasarkan olah data spss versi 29 maka hasil pengujian validitas variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X1)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	KPY1	0,686	0,1966	Valid
	KPY2	0,804	0,1966	Valid
	KPY3	0,722	0,1966	Valid
	KPY4	0,704	0,1966	Valid
	KPY5	0,811	0,1966	Valid
	KPY6	0,771	0,1966	Valid
	KPY7	0,777	0,1966	Valid
	KPY8	0,74	0,1966	Valid

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.5 kita dapat mengetahui bahwa nilai rhitung dari 8

pernyataan kuesioner yang diuji bernilai lebih besar dari rtabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yakni 0,1966, maka bisa diambil kesimpulan 8 butir pernyataan kuesioner variabel Kualitas Pelayanan di penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X2)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	KPR1	0,769	0,1966	Valid
	KPR2	0,824	0,1966	Valid
	KPR3	0,793	0,1966	Valid

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.6 kita dapat mengetahui nilai rhitung dari 3 pernyataan kuesioner yang diuji bernilai lebih besar dari rtabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yakni 0,1966, maka bisa diambil kesimpulan bahwasanya 3 butir pernyataan kuesioner variabel Kualitas Produk di penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KPL1	0,672	0,1966	Valid
KPL2	0,765	0,1966	Valid
KPL3	0,703	0,1966	Valid
KPL4	0,781	0,1966	Valid
KPL5	0,771	0,1966	Valid

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan perolehan validitas pada tabel 4.7 kita dapat mengetahui skor rhitung dari 5 pernyataan kuesioner yang diuji bernilai lebih besar dari rtabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yakni 0,1966, maka bisa diambil kesimpulan bahwasanya 5 butir pernyataan kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan di penelitian ini adalah valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Jika hasil koefisien Alpha $> 0,60$, instrumen penelitian Kuesioner dapat dianggap reliabel. Setelah melakukan pengumpulan data, dapat dikatakan bahwasanya setiap pernyataan reliabel atau bisa diandalkan dan dapat digunakan pada penelitian ini. Hasilnya terdapat dalam tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: IBM

SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 memperlihatkan nilai Cronbach's Alpha dari keseluruhan variabel ialah $> 0,60$ maka bisa ditarik kesimpulan keseluruhan pernyataan dalam kuesioner ialah reliabel.

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,890	8	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,709	3	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,791	5	0,6	Reliabel

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui variabel independen, variabel dependen, dan model regresi berdistribusi normal atau tidak. Sebaran data statistik yang normal atau mendekati normal memperlihatkan bahwasanya model regresi berdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov menentukan apakah data berdistribusi normal. Bila nilai signifikansi dari Kolmogorov-Smirnovnya $> 0,05$ maka hasilnya dianggap normal. Bilamana hasilnya $< 0,05$ maka sebaliknya berarti data tak terdistribusi normal.

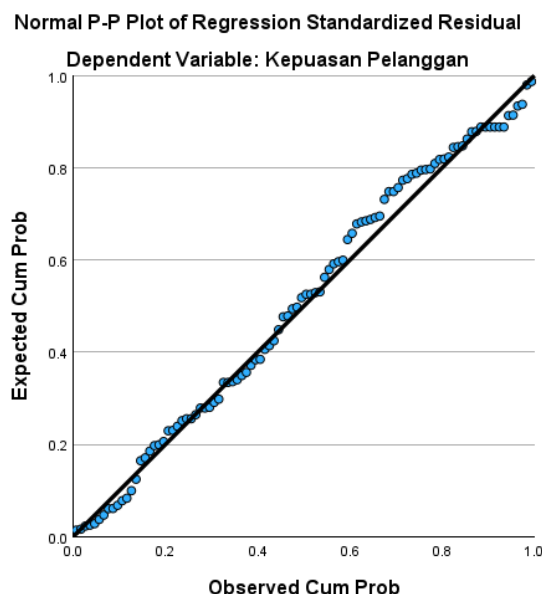
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97301029
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.049
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.255
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.244
	Upper Bound	.266

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil uji Kolmogorov-smirnov, terlihat pada hasil dari output data apabila skor sig > 0.05 alhasil variabel terdistribusi normal dan bila sig < 0.05 sehingga variabel tak terdistribusi normal. Pada perolehan tabel mampu diperlihatkan skor Asymp.Sig.(2-tailed) > 0.05 alhasil data berdistribusi normal. Uji normalitas dapat juga dilihat dengan perolehan analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot-nya:



Gambar 4.5 P-Plot

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan perolehan gambar 4.5 uji normalitas di atas menggunakan Normal P-plot menunjukkan bahwasanya output atau data pada penelitian ini berdistribusi normal yaitu titik yang ada disebar dekat garis sumbu dan searah dengan garis tersebut dan tidak terpengaruh terlalu jauh dari garis yang ada.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini tujuannya untuk mengetahui tersedianya korelasi antar variabel independen dan dapat menguji nilai VIF dengan nilai toleransi $> 0,05$. Bila nilai VIF < 10 , variabel tersebut bisa disebut tidak terjadi Multikolinear.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

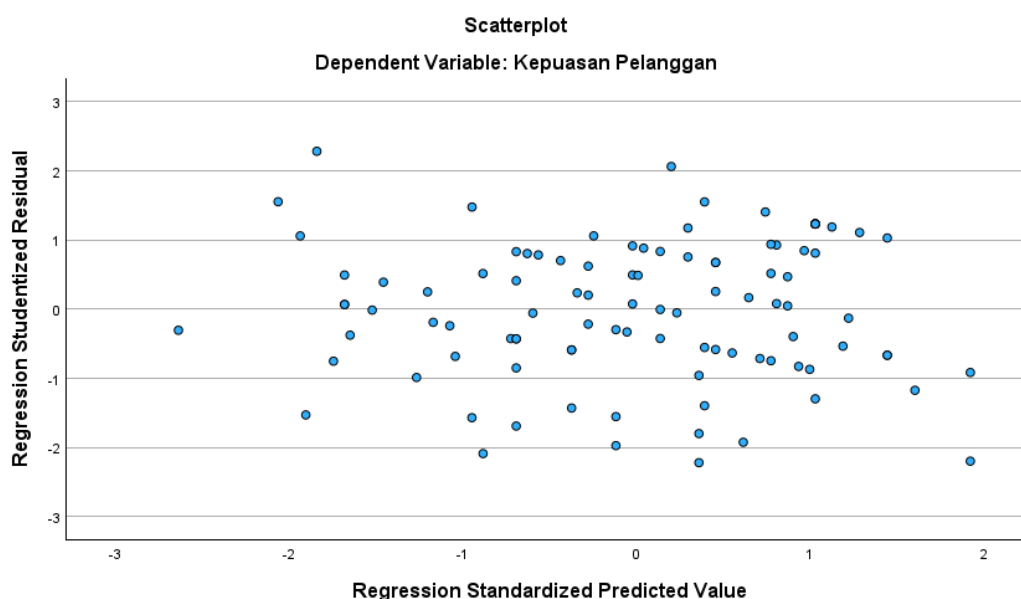
Variabel Bebas	Perhitungan		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Kualitas Pelayanan (X1)	0,807	1,239	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk (X2)	0,807	1,239	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan pada tabel 4.10 perolehan uji multikolinearitas diatas memperlihatkan setiap variabel tidak terjadi multikolinieritas. Dikarenakan bahwasanya variabel bebas punya skor VIF < 10 . Hal itu dapat disimpulkan adalah semua variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini tujuannya adalah agar mengetahui apakah residu suatu observasi berbeda dengan observasi lainnya dalam model regresi. Anda dapat menentukan apakah mengalami heteroskedastisitas bilamana terdapat pola atau kumpulan titik tertentu. Bila tidak tersedia pola yang terlihat dan titik sebarannya di atas dan bawah 0 serta di sumbu Y, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun perolehan uji heteroskedastisitas yang dilakukan memakai software SPSS versi 29



Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan gambar 4.6 perolehan uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot yang sudah dilakukan maka bisa diambil kesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas, karena titik-titiknya tidak menyatu di atas atau bawah saja, titik tidak terbentuk pola gelombang melebar lalu mengecil dan melebar kembali, dan titik tak terdapat pola yang nyata dan titik-titik tersebar dengan acak yakni berada di bawah ataupun di atas angka nol.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui banyaknya berpengaruh hubungan antar dua variabel ataupun lebih yakni variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dibawah ini disajikan perolehan pengujiannya.

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.274	.805	11.524	<.,001		
	Kualitas Pelayanan	.190	.026	.521	<.,001	.807	1.239
	Kualitas Produk	.305	.056	.545	<.,001	.807	1.239

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan tabel 4.11 hasil analisis regresi linier berganda, maka dapat diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = 9,274 + 0,190X_1 + 0,305X_2 + e$$

Penjelasannya meliputi:

1. Nilai konstanta (a) = 9,274
Skor konstanta sebanyak 9,274 yang artinya bila kualitas pelayanan dan kualitas produk nilainya tidak menghadapi kenaikan atau sama dengan 0 (tidak berubah), variabel kepuasan pelanggan bernilai 9,274.
2. Nilai koefisien regresi bagi variabel Kualitas Pelayanan (X1) = 0,190
Koefisien regresi pada kualitas pelayanan ialah sebanyak 0,190 yang bermakna bila variabel kualitas pelayanan menghadapi pertambahan sebanyak satu poin, kepuasan pelanggan bisa menghadapi pertambahan sebanyak 0,190.

3. Nilai koefisien regresi bagi variabel Kualitas Produk (X_2) = 0,305
Koefisien regresi pada kualitas produk ialah sebanyak 0,305 yang artinya bila variabel kualitas produk menghadapi pertambahan sebanyak satu poin, kepuasan pelanggan bisa menghadapi pertambahan sebanyak 0,305.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Pada penelitian ini, pengujian t dilakukan bagi masing-masing variabel dengan tingkat signifikan $< 0,05$ atau 5%, maka dapat diartikan bahwasanya variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel independen dan dependen secara individual. Perolehan dari uji t, ialah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.274	.805		11.524	<,001		
	Kualitas Pelayanan	.190	.026	.521	7.302	<,001	.807	1.239
	Kualitas Produk	.305	.056	.389	5.445	<,001	.807	1.239

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Menentukan t_{tabel} dengan menggunakan df (*degree of freedom*) yakni total responden jumlahnya 100, maka skor t_{tabel} bisa didapat menggunakan rumus $df = n - k - 1$, n yaitu jumlah sampel dan k yaitu jumlah variabel. Yakni berarti $df = 100 - 3 - 1 = 96$, pada tingkat signifikan 0.05, didapat skor t_{tabel} yakni $t_{\text{tabel}} = t(a/2); n-k-1 = (0.025;96) = 1.984$. Pada tabel 4.12 bagian *coefficients*, bisa dilihat tiap variabel mempunyai t_{hitung} sebagai berikut:

Hipotesis 1

Ha1: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Ho1: Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.12 nilai t_{hitung} sebanyak 7.302, nilai t_{tabel} sebanyak 1.984 dapat ditarik kesimpulan bahwasanya nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yakni $7.302 > 1.984$ dengan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05, Ho ditolak dan Ha diterima oleh karena itu dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis 2

Ha2: Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Ho2: Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan pada tabel 4.12 nilai t_{hitung} sebanyak 5.445, nilai t_{tabel} sebanyak 1.984 bisa ditarik kesimpulan bahwasanya nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yakni $5.445 > 1.984$ dengan nilai signifikansinya tidak melebihi 0,05, Ho ditolak dan Ha diterima maka dari itu, dapat dinyatakan bahwasanya Kualitas Produk secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.5.2 Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh simultan antar variabel bebas terhadap terikatnya. Kriterianya yakni taraf signifikansi $\alpha = 0.05$ dan bila nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ alhasil variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap dependennya. Bila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun rumusnya ialah, $df = N - k - 1$ yakni bahwa N ialah sampel, k ialah total variabel bebas.

Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.176	2	70.588	73.052	<.001 ^b
	Residual	93.728	97	.966		
	Total	234.904	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Menentukan F_{tabel} dengan menggunakan df (*degree of freedom*) dengan total responden jumlahnya 100, skor F_{tabel} bisa didapat menggunakan rumus $df = N - k - 1$ yang dimana n adalah total sampel dan k adalah total variabel, yang berarti $df = 100 - 3 - 1 = 96$, dengan taraf signifikansi 0.05 sehingga didapat F_{tabel} yakni 3.09.

Berdasarkan tabel 4.13 perolehan hasil uji f (uji simultan), nilai F_{hitung} sebanyak 73.052 apabila nilai F_{tabel} sebanyak 3.09 dapat dikatakan nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ adalah $73.052 > 3.09$ dengan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05. Dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima hingga hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Tujuan dari pengujian koefisien determinasi ialah untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model tertentu dalam hal penyajian variasi variabel terikat, dan sangat penting untuk mengetahui nilai koefisien determinasi. Hasilnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.593	.983

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: IBM SPSS Statistics Versi 29

Berdasarkan tabel 4.14 perolehan Adjusted R Square-nya 0.593 yang memperlihatkan 59.3% yang artinya variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk, dan tersisa sebanyak 40,7%, dikarenakan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini meliputi harga, citra merek, dan promosi.

4.7 Hasil dan Pembahasan

Menurut hasil pengujian pada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa dapat diuraikan hasil dan pembahasan sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian untuk H1 yaitu perolehan uji T secara parsial memperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 7.302 > t_{\text{tabel}} = 1.984$ dengan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H1 diterima, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Maka, penelitian ini sejalan dengan (Nurliah & Mulyanti, 2023) Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, jumlah pengaruh kualitas produk pada kepuasan pelanggannya 58.5%. Dikarenakan dengan kualitas pelayanan yang cepat dan ramah maka pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu, bila kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan suatu kepuasan bagi para pelanggannya.

4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian untuk H2 yaitu perolehan uji T parsial untuk variabel

Kualitas Produk, bisa diringkas H_0 ditolak dan H_2 diterima ketika nilai $t_{hitung} = 5,445 > t_{tabel} = 1,984$ dengan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Maka, penelitian ini sejalan dengan (Yurianto & Dewi, 2021) memperlihatkan kualitas produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, dan secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Karena produk berkualitas tinggi, keinginan dan kebutuhan pelanggan tentang setiap produk tertentu akan terpenuhi. Untuk itu, produk berkualitas tinggi dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian memperoleh nilai F_{hitung} sebanyak $73.052 > 3.09$ (F_{tabel}) dengan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05. Dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan (Kurnaeli et al., 2022) Berdasarkan dari perolehan uji simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk punya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai korelasi yang tinggi. Perolehan uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat hubungan yang juga tinggi, begitu juga dengan kualitas produk. Perolehan uji koefisien determinasi menunjukkan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terdapat pengaruh sebanyak 66,7% terhadap kepuasan pelanggan, sementara 33,3% sisanya disebabkan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan dengan perolehan data yang sudah di analisis menggunakan program spss 29 dan pemaparan perihal pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa, dapat diuraikan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Hasil secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa.
2. Hasil secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa.
3. Perolehan hasil pengujian secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Link Pasipik Indonusa, sisanya dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya seperti Harga, Citra Merek, dan Promosi.

1.2 Implikasi Manajerial

Sesuai hasil ringkasan yang sudah diuraikan sebelumnya, sehingga bisa memberikan masukan atau saran terhadap PT. Link Pasipik Indonusa yang sehubungan dengan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan, diantaranya:

1. Untuk Penulis
Dari penelitian ini diharapkan bisa menambah variabel lainnya yang tak diteliti pada penelitian ini, namun masih berkaitan pada kepuasan pelanggan dan menambah variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini meliputi harga, citra merek, promosi serta dapat menambah wawasan atau pengetahuan dalam menerapkan ke dunia nyata manajemen pemasaran, terutama perihal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk Universitas
Dapat memberi informasi untuk yang lain agar menjalankan penelitian lebih lanjut dan dapat menjadi sumber informasi perbandingan dengan penelitian lainnya.
3. Bagi Perusahaan
Dapat berfungsi menjadi sumber informasi dan bimbingan atau saran bagi PT. Link Pasipik Indonesia, yaitu:

- a. Terkait dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan PT. Link Pasipik Indonusa perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Terdapat 1 (satu) butir pernyataan dibawah rata-rata, yaitu "Karyawan PT. Link Pasipik Indonusa memberikan informasi yang jelas". Hal ini dikarenakan karyawan PT. Link Pasipik Indonusa memberikan pelayanan informasi yang kurang tepat, sehingga pelanggan merasa kurang puas dan ingin pihak PT. Link Pasipik Indonusa untuk dapat memastikan kembali informasi yang disampaikan dengan tepat dan actual sehingga tidak terjadi hambatan dalam pelayanannya.
- b. Terkait dengan Kualitas Produk yang ditawarkan PT. Link Pasipik Indonusa perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Terdapat 1 (satu) butir pernyataan dibawah rata-rata, yaitu "Produk yang dibuat oleh PT. Link Pasipik Indonusa tepat waktu sesuai harapan pelanggan". Oleh karena itu pihak pimpinan PT. Link Pasipik Indonusa disarankan untuk mengevaluasi pembuatan produk agar efisien dan tepat waktu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
- c. Terkait dengan Kepuasan Pelanggan yang diberikan oleh PT. Link Pasipik Indonusa perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Terdapat 1 (satu) butir pernyataan dibawah rata-rata, yaitu "Pelanggan puas dengan pelayanan PT. Link Pasipik Indonusa secara keseluruhan". Hal ini dapat dijadikan sebuah acuan bagi perusahaan agar dapat mengevaluasi dan berinovasi dalam memberikan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Mulai dari menyediakan pelayanan yang cepat, memberikan edukasi serta arahan kepada pelanggan yang ingin menggunakan jasa di perusahaan, dan memberikan produk dengan kualitas yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfianto, H. P., & Indudewi, F. Y. R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Sambal Tendo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 7*, (April).
- Ariansyah, P. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sambal Dadakan Bang Jali di Kota Bekasi* [Skripsi]. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Astuti, U., & Gufron, Moh. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dimsum Berkah Magetan). *Jurnal Cita Ekonomika*, 17(1), 133–142. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v17i1.6844>
- Aulia, I., & Furyanah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Langit Biru Tangerang. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(2), 136–141. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i2.191>
- Febrianto, D., & Fatmasari, F. (2022). Korespondensi Bisnis dalam Perdagangan Internasional: Bagaimana Perannya terhadap Kinerja Freight Forwarder? *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(2), 113–127.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. In LP2M UST Jogja (Issue March).
- Hatma, D., & Nainggolan, B. M. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Di Katering Yvonne's. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Katering Yvonne'S*, 16(1), 1–14.
- Imansyah Fadhil Fidri, E. T. (2019). *Analisis Kepuasan Pengguna Live Chat Bps Sumatera Barat Menggunakan Model Delone Mclean*. 7(4).
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada pelanggan KFC Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 19–30.
- Kurnaeli, K., Kurniawan, D. A., & Fathoni, I. (2022). Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Distro di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 21(2), 082. <https://doi.org/10.52434/jwe.v21i2.1837>.
- Kurniawan, K., Dharmanto, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mall terhadap Kepuasan Tenant Metropolitan Mall Bekasi. *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 3119–

3131. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.937>
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(1), 1699–1721. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i1.1403>
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Meryanti, M., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Dana Nagoya. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 84–92.
- Navanti, D., Lubis, I., Narpati, B., & Panday, R. (2020). *Analyses of Consumer Satisfaction Regarding Apps use, and Service Quality in a Fast Food Operation. The Mattingley Publishing Co., Inc.*
- Nurliah, L., & Mulyanti, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 2(2), 62–71.
- Noviyasari, C., Ibrahim, H., & Kasiran, M. K. (2021). *An expectation-confirmation model of continuance intention to enhance e-wallet. Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(24), 6028- 6041.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1). <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Ramadhani, M. N. (2024). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan di Kelurahan Medan Satria Bekasi [Skripsi]*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Sahara, S., & Amelia, R. (2023). Analisis Kualitas Layanan dan Kesesuaian SOP dalam Pembuatan Dokumen Ekspor terhadap Freight Forwarding. *Advances In Social Humanities Research*, 1(10), 2029–2037. <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/adv.v1i10.137>
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022.*
- Sani, I., Sahid, M., & Lubis, S. N. (2022). Proses Pengurusan Dokumen Barang Ekspor pada PT. Bahari Eka Nusantara Cabang Medan. *Journal Of Maritime And Education (Jme)*, 4(1), 358–363.
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Uki Press.
- Simanjuntak, N. C. (2024). *Pengaruh Affiliate, Content Marketing dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Perempuan Gen Z di Bekasi Selatan [Skripsi]*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Sugiyono. (2023). Teknik Analisis. In *Teknik Analisis Kuantitatif* (pp. 1–7).
- Sumantyo, F. D. S. (2022). Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Conference on Economic and Business Innovation*.
- Widiantara, I. W., & Trianasari, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toyota Avanza di Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 122. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.30525>
- Yulianto, A. R., Subariyanti, H., & Wardhana, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 165–177.
- Yulina Astuti, Faisal Hamdani, M. Z. (2021). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN AYAM PENYET CABE IJO KOTA LANGSA*. 5(1), 1–14.
- Yurianto, A. O., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 753–761. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29776>