

## Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Purna Jual Dan Jaminan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

(Studi pada Pelanggan PT Karya Bahari Abadi Jakarta)

**Reynaldi Syahputra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Jakarta

Email: [1831510837@Studentbudiluhur.ac.id](mailto:1831510837@Studentbudiluhur.ac.id)

**Rina Ayu Vildayanti**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Jakarta

Email: [rina.ayuvildayanti@budiluhur.ac.id](mailto:rina.ayuvildayanti@budiluhur.ac.id)

Korespondensi penulis: [rina.ayuvildayanti@budiluhur.ac.id](mailto:rina.ayuvildayanti@budiluhur.ac.id)

**Abstract:** *The problem of the level of consumer trust and satisfaction is important in the trade business. However, not all products that have been and have not been regulated have adequate after-sales service. The purpose of this study was to determine the effect of after-sales service, product quality and product warranty on customer satisfaction. The number of samples in this study amounted to 100 consumers from a population of 180 consumers and are active consumers of PT Karya Bahari Abadi Jakarta. The sampling technique is by accidental sampling. The data collection technique is primary data or data taken directly from the respondents through a questionnaire. This study uses multiple linear regression and comparative analysis for data analysis with the help of SPSS Ver. 21. This study obtained the results that the quality product, after-sales service, product guarantee has a positive effect simultaneously on customer satisfaction, quality product, after-sales service, product guarantee has a partial positive effect on customer satisfaction. Through data processing, researchers can provide input or advice to companies, namely companies are expected to be able to maintain product quality that has been rated well by customers and pay more attention to after-purchase services to create satisfaction which ultimately impacts on customer loyalty.*

**Keywords:** *Product Quality, After Sales Service, Product Guarantee and Customer Satisfaction.*

**Abstrak:** Masalah tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam bisnis perdagangan. Namun demikian belum sepenuhnya semua produk yang telah dan yang belum diatur mendapatkan layanan purna jual yang memadai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan purna jual, kualitas produk dan jaminan produk terhadap kepuasan pelanggan. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 pelanggan dari populasi yang berjumlah 180 pelanggan dan merupakan pelanggan aktif PT Karya Bahari Abadi Jakarta. Teknik pengambilan sampel dengan cara accidental sampling. Teknik pengambilan data yaitu data primer atau data yang diambil langsung dari responden melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan analisis perbandingan untuk analisis data dengan bantuan program SPSS Ver. 21. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas produk, layanan purna jual, jaminan produk berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk, pelayanan purna jual, jaminan produk berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Melalui pengolahan data, peneliti dapat memberikan masukan atau saran kepada perusahaan yaitu perusahaan diharapkan mampu mempertahankan kualitas produk yang sudah dinilai baik oleh pelanggan dan lebih memperhatikan layanan setelah pembelian untuk menciptakan kepuasan yang akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Layanan Purna Jual, Jaminan Produk dan Kepuasan Pelanggan.

### PENDAHULUAN

Berkembangnya pasar penjualan mesin tempel di Indonesia membuat persaingan yang begitu ketat antar produsen motor tempel. Setiap distributor memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan. Tingginya persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada banyaknya motor tempel yang terjual saja, akan tetapi pada jasa-jasa pelayanan purna jual.

Distributor motor tempel seperti yamaha, honda, suzuki, mercuri dan perusahaan-perusahaan lain berlomba-lomba membuka service point yang tersebar di kota-kota besar untuk melayani pelanggan masing-masing, meliputi fasilitas pelayanan purna jual yang ditawarkan kepada calon pembeli. Dewasa ini layanan pelanggan berkembang pesat, dalam hal dibidang jasa perawatan. Layanan pelanggan ialah suatu aspek tak terlihat dalam suatu bisnis, tetapi meski tak terlihat bukan berarti tidak penting.

Layanan purna jual bagi suatu produk sudah merupakan suatu keharusan jika mau produk tersebut tetap ada di pasaran dan perusahaannya akan tetap bertahan serta mendapatkan pelanggan yang loyal. Pelanggan akan lebih percaya dan puas apabila produk yang dibelinya mempunyai layanan purna jual. Masalah tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam bisnis perdagangan. Namun demikian belum sepenuhnya semua produk yang telah dan yang belum diatur mendapatkan layanan purna jual yang memadai. Penerapan dan pengawasan terhadap layanan purna jual ini pun belum memadai dan belum efektif sehingga hak pelanggan terabaikan dalam layanan purna jual, selain itu, keluhan berkaitan dengan kualitas layanan purna jual sering kali muncul dengan lambatnya penanganan kerusakan, pengenaan biaya tambahan, kerusakan yang berulang, dan keluhan lainnya. Layanan purna jual yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Dengan puasanya pelanggan banyak dampak positif yang sangat menguntungkan bagi perusahaan seperti loyalnya pelanggan, pembelian ulang, promosi gratis lewat mulut ke mulut karena citra perusahaan yang baik dan tidak terlalu sensitif terhadap harga (Kotler & Armstrong, 1995).

Menurut Band menyatakan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Apabila telah terjadi kepuasan pelanggan, maka akan timbul pembelian ulang dan kesetiaan. Paling tidak tiga alasan yang biasanya mendorong perusahaan untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan. Pertama, tingkat persaingan yang semakin meningkat. Kedua, semakin besar investasi dan resources yang dicurahkan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan program kepuasan pelanggan dan ketiga, harapan pelanggan yang berubah dari waktu ke waktu. Sebaliknya ketidakpuasan pelanggan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun distributor/penyedia jasanya, pelanggan menceritakan pengalaman buruknya kepada setiap orang yang ditemui, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan pembelian merek lain (brand switching), dan berbagai macam perilaku komplain (Tjiptono, 2012), tentu semua itu merugikan perusahaan karena akan hilangnya pelanggan. Inilah yang menjadikan kepuasan pelanggan harus terus di ukur secara teratur, karena sifatnya yang abstrak dan sangat dinamis dapat berubah dari waktu ke waktu, hari ini puas besok belum tentu (Majid, 2009).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh pelanggan. Pelanggan menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk-produk yang telah dibeli. Variabel yang digunakan untuk kepuasan pelanggan yang ketiga adalah variabel jaminan produk, hal ini berkaitan dengan jaminan produk yaitu produk dengan kualitas yang sama memiliki jaminan produk yang bagus tetapi didapati dengan harga yang lebih murah akan membuat pelanggan lebih puas karena memberikan nilai produk yang lebih tinggi kepada pelanggan. Apapun macam dan bentuk kepuasan pelanggan pada umumnya bersifat subyektif dan berbeda pada setiap distributor.

Menurut Kotler kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga pelanggan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak puasnya pelanggan sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, maka pelanggan tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa yang akan datang (Kotler, 2002). Sebagai distributor pemegang merk harus memberikan jasa layanan yang memuaskan bagi para pelanggan merupakan hal yang sangat dituntut, karena jika tidak, pengaruhnya akan sampai ke nama besar perusahaan. Pelayanan purna jual yang dilakukan oleh PT Karya Bahari Abadi Jakarta adalah penyediaan suku cadang, melakukan perbaikan mesin dan melayani tentang berbagai cara perawatan dan pemeliharaan. Dalam hal purna jual yang diberikan, bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting.

### **Rumusan Masalah**

Setelah memperhatikan uraian yang telah dikemukakan diatas dan bertolak dari pemikiran tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah jaminan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Karya Bahari Abadi.
2. Untuk mengetahui layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Karya Bahari Abadi.

3. Untuk mengetahui jaminan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Karya Bahari Abadi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Definisi Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Jienardy (2017) menyatakan kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan sebuah perusahaan dikatakan memiliki kualitas produk yang baik apabila mampu menyediakan produk yang mampu memenuhi keinginan dan harapan dari pelanggannya. Indikator kualitas produk tersebut adalah (Mullins et al. dalam saidani dan arifin, 2012) sebagai berikut :

1. Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian pelanggan terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan pelanggan terhadap produk.

### **Definisi Layanan Purna Jual**

Menurut Wyckop (dalam Tjiptono, 2013), kualitas layanan purna jual adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan purna jual menurut Kotler (2002) dapat diberikan dalam bentuk garansi, penyediaan suku cadang asli, jasa pemeliharaan dan perbaikan, fasilitas dan perlengkapan. Untuk melihat pengaruh pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan digunakan alat analisis regresi logit. Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat lima indikator pokok kualitas layanan yaitu:

1. Tangible, penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.
2. Responsiveness, kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Assurance, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.
4. Empathy, kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
5. Realible, merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

### **Definisi Jaminan Produk**

Menurut Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, jaminan adalah suatu kesepakatan dua pihak yang berupa tanggungan atau jaminan dari seorang penjual bahwa barang yang dia jual tersebut bebas dari kerusakan yang tidak diketahui sebelumnya oleh penjual dan lazimnya garansi atau jaminan ini punya jangka waktu tertentu (lazimnya 1 tahun, 2 tahun atau 3 tahun). Apabila barang tersebut mengalami kerusakan atau cacat, maka segala biaya perbaikannya di tanggung oleh penjual, sedang peraturan-peraturan jaminan biasanya tertulis pada suatu surat jaminan. Penjual akan memperbaiki terhadap kerusakan tersebut segala biaya perbaikan sepenuhnya ditanggung oleh penjual, atau sipenjual akan mengganti barang tersebut dengan yang sama nilainya. Hal tersebut sebagai ganti rugi terhadap kerusakan yang diderita oleh pembeli.

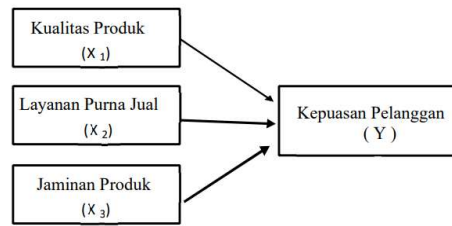
### **Definisi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil kerja) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara perasaan dengan harapan yang diinginkan seseorang. Menurut Kotler (2002) kunci mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan, seseorang pelanggan yang puas akan:

- a. Membeli lebih banyak dan setia lebih lama.
- b. Membeli jenis produk baru atau yang disempurnakan oleh perusahaan.
- c. Memuji-muji perusahaan dengan produknya pada orang lain.
- d. Kurang memperhatikan mereka dan iklan saingan dan kurang memperhatikan harga.
- e. Lebih murah biaya layanan dari pada pelanggan baru, karena transaksinya sudah rutin.

### **Kerangka Berpikir**

Menurut Sugiono (2011) kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Pada gambar tersebut terdiri dari tiga variabel independen diantaranya Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual, dan Jaminan Produk serta satu variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Untuk kerangka pemikiran teoritis dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

Keterangan :

X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>,X<sub>3</sub> : Variabel Independen (bebas)

Y : Variabel Dependen (terikat)

### **Hipotesis Penelitian**

H<sub>1</sub>: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub>: Layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>3</sub>: Jaminan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh kualitas produk, layanan purna jual dan jaminan produk terhadap kepuasan pelanggan yamaha marine Jakarta. Sehingga jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif (hubungan) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu berupa angket. Jenis data yang digunakan bersifat Kuantitatif, yaitu berbentuk angka yang bersifat konkrit, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Menurut Sugiyono (2015), metode kuantitatif merupakan “Metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis”.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Pelayanan Purna Jual (X<sub>2</sub>), dan Jaminan Produk (X<sub>3</sub>) dan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Martono (2010) “Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian dan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah pelanggan PT Karya Bahari Abadi Jakarta. Sampel

dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi adalah sampel representative (mewakili). Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2005) bahwa banyaknya sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan Teknik Kuesioner. Menurut Sugiyono (2008) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti tentang pribadinya, atau hal lain yang responden ketahui.

### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghazali (2016) suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan pengujian validitas adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner atau daftar pernyataan yang disusun oleh penulis benar-benar baik dalam mengukur dan menghasilkan data yang valid.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dapat dilakukan Bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruksi variabel mana yang tidak reliabel atau handal. Menurut Ghazali (2016) reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > dari 0,70.

### **Uji Asumsi Klasik**

Menurut Gudono (2011) menyatakan uji asumsi klasik sering disebut juga dengan analisis residual. Disebut demikian karena penelitian mengenai pelanggaran terhadap asumsi klasik biasanya dilakukan dengan mengamati pola nilai residual.

### **Uji Normalitas**

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independent memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling

berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018). Multikolonieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

### **Uji Heterokedastisitas**

Menurut Arief dan Gujarati dalam Gudono (2011) menyatakan heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homo kedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

### **Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah. Menurut Gudono (2011) menyatakan “Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara oleh pertanyaan yang ada pada pertanyaan penelitian”. Ada 2 macam hipotesis yang dibuat dalam suatu penelitian, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan Hipotesis penolakan nol ( $H_0$ ).

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Gudono (2011) menyatakan bahwa “Analisis regresi bertujuan untuk memberikan prediksi perubahan nilai variabel terkait akibat atau pengaruh dari nilai variabel bebas”. Bentuk dari persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_2 + \beta_1 X_2 + e$$

### **Uji Koefisien Korelasi (r)**

Menurut Ghozali (2018), analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Menurut Siregar (2015) untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1, 77 sedangkan untuk arahnya dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).

### **Uji t**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Menurut Ghozali (2018).



## Uji F

Menurut Ghozali, (2018), Uji statistik F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji statistik F dapat digunakan untuk menaksir nilai aktual yang diukur dari goodness of fit.

## Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

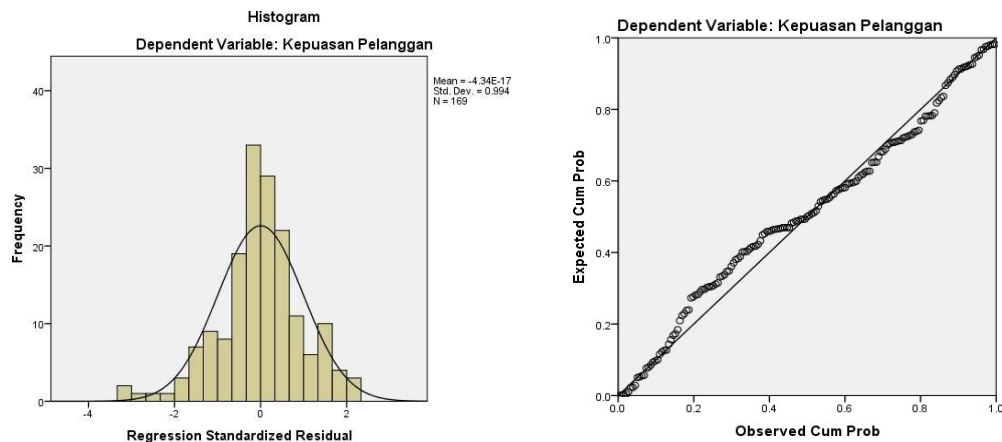
## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan regresi terdapat dua asumsi dasar yang penting dalam penggunaan metode regresi. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang di peroleh dan akurat mendekati sama dengan kenyataan. adalah ausmsi tentang normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat grafik histogram dan gambar normal P-Plot. Pada grafik histogram, data dinyatakan terdistribusi normal, sedangkan pada gambar normal P-Plot data dinyatakan normal bila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.



Pada Grafik normal P-Plot di atas terlihat bahwa titik-titik meyebar dan berada di sekitar garis diagonal dan searah garis diagonal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat dikatakan normal

### Uji Multikolonieritas

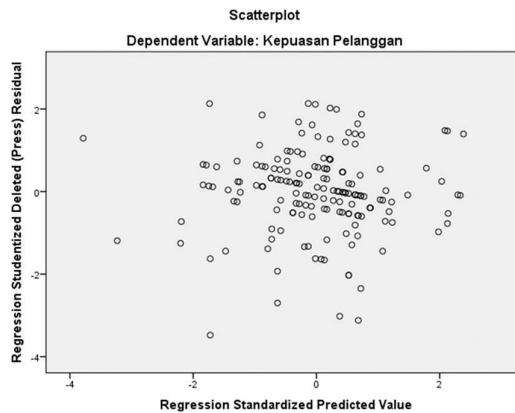
Tabel 4.8 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	22.5	3.156		7.134	.000		
Kualitas Produk	.363	.100	.303	3.644	.000	.802	1.247
Layanan Purna Jual	-0.63	.099	-.053	-.633	.528	.802	1.247
Jaminan Produk	-0.63	.099	-.053	-.633	.528	.802	1.247

Variabel kualitas produk, memiliki nilai VIF sebesar 1,247 nilai tolerance sebesar 0,802, variabel layanan purna jual memiliki nilai VIF sebesar 1,247 nilai tolerance sebesar 0,802, variabel jaminan produk memiliki nilai VIF sebesar 1,247 nilai tolerance sebesar 0,802 artinya ketiga variabel belum melewati batas maksimum (4 sampai 5) sehingga kedua variabel dinyatakan terbebas dari multikolonieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksikan dengan studentized deleted residual nilai tersebut.



Cara memprediksi ada tidaknya heterokadastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot. pada model regresi berganda tidak terdapat heterokedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan bawah atau sekitar angka 0 maka model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

### Uji Validitas

Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan terhadap 100 responden, setiap pernyataan untuk masing-masing variabel yang ada dalam kuesioner akan dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dengan ketentuan  $n - 2$  ( $100 - 2 = 98$ ) dan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Uji

Validitas menggunakan tingkat kepercayaan 95%, dimana  $df = n - 2$ . Nilai  $n$  dalam penelitian ini yaitu 100, sehingga nilai  $df = 98$ . Dengan begitu, diperoleh nilai  $R_{tabel} = 0.197$ .

### Uji Realibilitas

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Instrument

No. Item	Variabel	Cronbach Alpha	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,623	0,197	Realibel
2	Layanan Purna Jual ( $X_2$ )	0,749	0,197	Realibel
3	Jaminan Produk ( $X_3$ )	0,612	0,197	Realibel
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,658	0,197	Realibel

Berdasarkan data tabel di atas dapat dipahami bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai realibilitas yang berbeda-beda dengan nilai Cronbach Alpha > pada variabel  $X_1 = 0,623$ , kemudian variabel  $X_2 = 0,749$ , variabel  $X_3 = 0,612$  dan variable  $Y = 0,658$ . Nilai uji realibilitas instrument tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai ketentuan koefisien realibilitas Cronbach Alpha > 0,6.

### Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial, bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen kualitas produk ( $X_1$ ), layanan purna jual ( $X_2$ ), jaminan produk ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.513	3.156		7.134	.000
Kualitas Produk	.363	.100	.303	3.644	.000
Layanan Purna Jual	.363	.099	.303	3.633	.000
Jaminan Produk	.363	.099	.303	3.633	.000

### Uji F

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (variabel kualitas produk, layanan purna jual dan jaminan produk) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Pengujian ini menggunakan kriteria jika  $p\text{-value} <$  dari *level of significant* yang ditentukan maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, atau dapat melihat nilai F. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka secara bersamaan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.  $F_{tabel}$  dapat dihitung dengan cara  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel dependen dan independen. Maka  $df_1 = 3 - 1 = 2$  kemudian  $df_2 = 100 - 3 = 97$ , maka didapat  $F_{tabel}$  nya adalah 3,05

Tabel 4.12 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	243.028	2	121.514	4,235	.001 <sup>b</sup>
Residual	2782.688	97	28.687		
Total	3025.716	99			

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,235 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Kemudian P-value  $0,001 < 0,05$  artinya signifikan. Maka  $H_a$  diterima dan dapat diambil kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (kualitas produk),  $X_2$  (layanan purna jual) dan  $X_3$  (jaminan produk) secara bersama- sama berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara signifikan.

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (variabel kualitas produk, layanan purna jual dan jaminan produk) menjelaskan variabel dependen (kepuasan pelanggan) atau untuk mengetahui besar presentase variasi variabel terikat yang dijelaskan pada variabel bebas, maka dicarilah nilai  $R^2$  (R square). Jika angka lebih mendekati satu maka dinyatakan hubungan antara ketiga variabel dinyatakan sangat kuat. Berikut ini hasil SPSS yang menggambarkan tentang nilai ( $R^2$ ) pada penelitian ini.

Tabel 4.13 Hasil Uji R Square Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.283 <sup>a</sup>	0.80	0.69	4.09429	0.80	4,235	2	97	.001	1.884

Dapat dilihat bahwa nilai  $R^2 = 0,80$  dan  $adjust R^2 = 0,69$ . Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan didalam variabel kualitas produk, layanan purna jual dan jaminan produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69 %, sedangkan sisanya (31 %) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

### Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, setelah semua data yang dikumpulkan dan hasil analisis selesai dilakukan maka dapat diberi kesimpulan interpretasi hasil penelitian sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Karya Bahari Abadi jakarta diperoleh hasil yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai P-value  $0,000 < 0,05$  artinya berpengaruh

signifikan, sedangkan  $t_{hitung} 3,644 > t_{tabel} 1,660$  jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk dapat diterima dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara layanan purna jual dengan kepuasan pelanggan diperoleh hasil yang menyatakan bahwa variabel layanan purna jual memiliki nilai  $P\text{-value } 0,000 > 0,05$  yang artinya tidak berpengaruh signifikan dan diperoleh  $t_{hitung} 0,633 < t_{tabel} 1,660$  jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima artinya variabel layanan purna jual secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa layanan purna jual dapat diterima dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Pengaruh Jaminan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara jaminan produk terhadap kepuasan pelanggan diperoleh hasil yang menyatakan bahwa variabel jaminan produk memiliki nilai  $P\text{-value } 0,000 < 0,05$  artinya berpengaruh signifikan, sedangkan  $t_{hitung} 3,633 > t_{tabel} 1,660$  jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak artinya variabel jaminan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jaminan produk dapat diterima dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 4. Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Purna Jual dan Jaminan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil pada penelitian ini sudah jelas terbukti berpengaruh signifikan secara simultan. Penelitian di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,249 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,05 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Kemudian  $P\text{-value } 0,001 < 0,05$  artinya signifikan. Maka  $H_a$  diterima dan dapat diambil kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (kualitas produk),  $X_2$  (layanan purna jual) dan  $X_3$  (jaminan produk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel  $Y$  (kepuasan pelanggan) secara signifikan.

Artinya kualitas produk, layanan purna jual dan jaminan produk memiliki pengaruh yang besar untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk, pelanggan akan percaya untuk melakukan pembelian berulang. Kemudian dengan adanya layanan purna jual yang baik dan jaminan produk menjadikan pelanggan semakin yakin terhadap produk yang dibeli dari perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul pengaruh kualitas produk, layanan purna jual dan jaminan produk terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Pelanggan PT Karya Bahari Abadi Jakarta Pusat ) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Karya Bahari Abadi  
Yang artinya semakin bagus kualitas produk maka akan semakin meningkat terhadap pelanggan  
PT. Karya Bahari Abadi
2. Kualitas layanan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap PT. Karya Bahari Abadi dimana semakin bagus dan baik kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin meningkat nilai kepuasan pelanggan terhadap PT. Karya Bahari Abadi
3. Harga juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap PT. Karya Bahari Abadi.  
Yang artinya menetapkan harga yang pas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan PT. Karya Bahari Abadi

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis (2016). “*Manajemen Pemasaran, edisi kesatu, cetakan kelima*”. Jakarta: Rajawali Pers
- Arianty, Nel. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 68-81
- Elsandra, Yesi dan Suryadi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sharp Electronics Indonesia di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 18(1), 185- 200
- Ernoputri, Darayani, Arifin, Zainul & Fanani, Dahlan. (2016). Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang – Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 79-86
- Iswari, Makhfida dan Huda, Nuril (2015). Analisis Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat Berat Kobelco Cabang Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 3(1), 41-45
- Juliandi, Azuar, Irfan & Manurung, Saprinal. (2015). “*Metodelogi Penelitian Bisnis*”. Medan: UMSU Press.
- Kadir, Abd. Rahman (2013). “*Manajemen Pemasaran Jasa, Pendekatan Integratif antara Teori dan Implementas, cetakan kesatu*”. Bogor: IPB Pers.
- Kurniawan, Ferri dan Lubis, Nawazirul (2010). Pengaruh Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Astra Internasional Isuzu Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), 318-334.
- Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret). 1(3), 2598±2823

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indruyo. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Penerbit: BPFE, Yogyakarta
- Hair J., B. William., B. J. Babin., dan R. E. Anderson. 2014. Multivariate Data Analysis. 7<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Harsasi, Meirani. 2006. Word of Mouth (WOM) dalam Industri Jasa: Kaitannya dengan Sikap dan Kemungkinan Membeli.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Prentice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat