

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LKD MULTI INDUSTRI DI KOTA BATAM

Vially Tan<sup>1</sup>, Asron Saputra<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam  
email: pb170910114@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*This research is intended to research the impact of product quality (X1) and product diversity (X2) on customer satisfaction (Y) at PT LKD Multi Industri in Batam city. The analytical method used in this research is using quantitative analysis and using questionnaires to obtain data. The population in this research were customers of PT LKD Multi Industri in Batam City, of which 120 customers. The sampling technique which used is the Non Probability sampling technique which uses saturated sampling with a sample of 120 customers of PT LKD Multi Industri. Furthermore, the collected data were analyzed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing to establish the effect of product quality and product diversity on customer satisfaction at PT LKD Multi Industri with the help of version 25 of the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) calculating tool. that Product quality variable (X1) partially has a positive and significant effect on customer satisfaction variables (Y) and product diversity variables (X2) partially has a positive and significant effect on the customer satisfaction variable (Y). Simultaneously, product quality (X1) and product diversity (X2) have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at PT LKD Multi Industri in Batam City.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction; Product Diversity; Product Quality.*

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangannya zaman, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini membuat setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan supaya dapat bersaing di pasar salah satunya pada perusahaan manufaktur. proses manufacturing merupakan proses untuk mengubah produk dari bahan baku menjadi bahan jadi (Stevenson & Chuong, 2014). Pemasaran adalah salah satu faktor terpenting untuk kesuksesan dan keberlanjutan perusahaan. Pemasaran sangat penting dikarenakan pemasaran dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Terdapat berbagai cara bagi perusahaan untuk melakukan pemasaran produknya supaya dapat menarik perhatian para konsumen. Sehingga sangat perlu adanya produk yang berkualitas dan beragam supaya dapat memberikan

kepuasan kepada konsumen. Dengan mencapainya kepuasan pada konsumen, maka perusahaan tersebut akan mengalami pendapatan dan keuntungan yang sesuai keinginan perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi sebuah faktor penting bagi perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Perusahaan harus menjaga kualitas dan berinovasi dalam memberikan keragaman produk pada pelanggan agar dapat mencapai kepuasan yang diinginkan perusahaan, sehingga pelanggan akan merasa puas dan loyal kepada perusahaan. Selain pelanggan merasa puas, perusahaan juga dapat memperoleh keuntungan dalam segi kualitas, laba, dan lain-lain. Oleh sebab itu perusahaan harus menjaga dan memperhatikan kualitas produk dan keinginan pelanggan atas keragaman produk yang diberikan

perusahaan kepada pelanggan. Sehingga perusahaan bisa mendapatkan pelanggan yang setia terhadap perusahaan sehingga pelanggan tersebut akan secara berulang kali dalam pembelian kembali produk yang di hasilkan oleh sebuah perusahaan.

Salah satu faktor penting yang menjadi keberhasilan sebuah perusahaan adalah kualitas pada suatu produk yang di produksi oleh perusahaan dimana yang akan di pasarkan kepada pelanggan dan konsumen. Produk yang dipasarkan mempunyai kualitas atas maka pelanggan merasa puas. Produk akan dibeli oleh pelanggan jika produk tersebut dapat menarik perhatian para pelanggan. Maka dari setiap pembuatan ataupun proses produksi produk harus dicocokkan dengan selera pelanggan agar mudah dalam mencapai keberhasilan di pasar (Hayati & Sekartaji, 2015: 50). Agar dapat menghasilkan produk yang memiliki kualitas sesuai dengan keinginan pelanggan maka perusahaan harus memperhatikan kinerja karyawan pada perusahaan saat bekerja. Dengan begitu, perusahaan akan mendapatkan keuntungan atas pembelian kembali oleh pelanggan. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan dan pendapatan dari kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.

Faktor lain yang menjadi faktor keberhasilan sebuah perusahaan adalah keragaman dari produk yang di produksi oleh perusahaan yang bertujuan untuk di pasarkan sesuai dengan permintaan khusus yang diinginkan pelanggan baik dalam segi fungsi, tampilan maupun dari segi desain (Hadita, 2018: 367). Keragaman suatu produk merupakan sebuah hal penting untuk perusahaan dalam meningkatkan persaingan pada pasar dimana keragaman produk dapat diartikan sekumpulan barang atau jasa yang mana ditawarkan sebuah perusahaan kepada pelanggan atau pelanggan tersebut dengan sendirinya memiliki permintaan tersendiri terhadap produk yang diinginkan untuk di produksi oleh perusahaan. Sehingga keragaman produk menjadi sebuah faktor yang penting bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur tersebut ialah PT LKD *Multi* Industri yang memproduksi barang berupa perangkat kesehatan (*Medic device*). Kebijakan kualitas PT LKD *Multi* Industri didasarkan pada ISO EN 13485 : 2016. Manajemen PT LKD *Multi* Industri berpegang pada janji dengan menyediakan produk dengan mutu yang tinggi dan produk yang bervariasi sesuai keinginan pelanggan dengan perbaikan dan inovasi secara terus menerus serta mempertahankan mutu dari produk dan selalu berinovasi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi prioritas perusahaan. PT LKD *Multi* Industri terus berupaya mengembangkan kinerja perusahaan dengan bekerja sama dengan beberapa pelanggan perusahaan.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh perusahaan cenderung berhubungan dengan kualitas produk yang kurang baik dan kurangnya keragaman produk yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan. Dengan permasalahan kualitas produk dan permasalahan kurangnya keragaman produk dengan seringnya terjadi permintaan pelanggan terhadap produk yang tidak dapat terpenuhi. Oleh karena itu, tujuan dari melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di PT LKD *multi* industri.

## **KAJIAN TEORI**

### **2.1 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan orang yang diukur berdasarkan hasil perbandingan yang dirasakan dari kinerja dan hasil barang maupun jasa yang diberikan apakah dapat menyesuaikan dengan yang diharapkan (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016: 111). Dengan arti, kepuasan pelanggan merupakan sebuah tanggapan dari pelanggan yang mengenai penilaian terhadap keistimewaan dari sebuah jasa atau barang yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan dan kesesuaian terhadap harapan dan kebutuhan pelanggan.

### 2.1.1 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020: 50), terdapat enam indikator kepuasan pelanggan antara lain.

1. Keseluruhan kepuasan pelanggan
2. Penilaian pelanggan
3. Konfirmasi harapan
4. Keinginan pembelian kembali
5. Bersedia untuk merekomendasi
6. Ketidakpuasan pelanggan

### 2.2 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan yang dapat diberikan atau didapatkan dari suatu produk dalam mencapai kinerja dan memberikan hasil yang sesuai ataupun melebihi dari harapan pelanggan (Noviyanti, 2018: 24). Kualitas produk penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas produk merupakan nilai yang diberikan oleh pelanggan kepada perusahaan yang mana mengacu pada seberapa produk perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

#### 2.2.1 Indikator Kualitas Produk

Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020: 49), terdapat delapan indikator dalam membentuk kepuasan pelanggan antara lain.

1. Performa (Performance)
2. Fungsi (function)
3. Kepatuhan pada detail (Conformance to Specification)
4. Ketahanan (Reliabel)
5. Daya tahan (Durability)
6. Estetika (Aesthetica)
7. Kualitas olahan (Perceived Quality)
8. Kemampuan perbaikan (Service ability)

### 2.3 Keragaman Produk

Keragaman produk merupakan keseluruhan produk yang memiliki lebar, panjang, kedalaman, dimensi, dan konsistensi tertentu untuk ditawarkan kepada pelanggan tertentu. Keragaman merupakan sebuah hal yang cukup penting dalam suatu bisnis dan dapat diartikan sebagai sekumpulan produk dengan beragam jenis yang ditawarkan kepada pelanggan dengan variasi produk

dalam segi maupun ukuran yang dapat menarik pelanggan secara luas.

### 2.3.1 Indikator Keragaman Produk

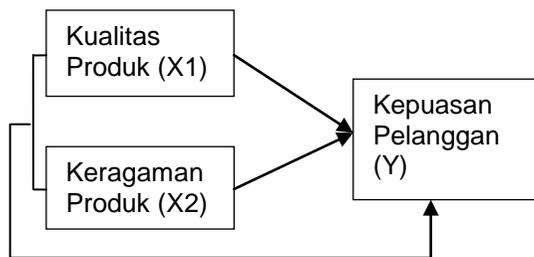
Menurut (Yuwono & Yuwana, 2017: 336), terdapat lima indikator keragaman produk sebagai berikut.

1. Ukuran produk yang beragam
2. Jenis produk yang beragam
3. Bahan produk yang beragam
4. Desain produk yang beragam
5. Kualitas produk yang beragam

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa kajian hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai pendukung penelitian penulis antara lain.

1. (Mubarak, 2018), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Brand Equity* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan). Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Brand Equity* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. (Sari & Setiyowati, 2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro. Penelitian menunjukkan bahwa Keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. (Hadita, 2018), Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. Penelitian menunjukkan bahwa Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. (Hartadi & Husda, 2020), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam. Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



**Gambar 1.** Kerangka Berpikir  
(Sumber: Data Penelitian, 2020)

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam.
- H2: Secara parsial Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam.
- H3: Secara simultan kualitas produk dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam.

## METODE PENELITIAN

Sebelum melakukan suatu penelitian, peneliti perlu membuat sebuah desain penelitian supaya hasil penelitian menjadi teratur. Yang dimaksud dengan desain penelitian merupakan sebuah gambaran awal untuk peneliti, sehingga diperlukan untuk menentukan dahulu sebelum masuk dalam penelitian dengan berharapan mendapatkan jalan atau petunjuk yang secara sistematis untuk penelitian mengenai aktifitas yang perlu dilakukan, serta bagaimana cara untuk melaksanakannya, dan waktu/kapan akan dilaksanakannya.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengujian pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan yang mana kualitas produk dan keragaman produk merupakan variable bebas. Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan variable terikat. Suatu metode yang tepat dan baik sangat diperlukan dalam sebuah penelitian. Penelitian dilakukan karena bertujuan untuk melihat apakah sesuai dan untuk mendapatkan solusi terhadap

suatu masalah yang akan dihadapi peneliti dalam mendapatkan hasil penelitian yang diharapkan. Metode/teknik penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini merupakan metode/teknik kuantitatif.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam. Pada penelitian ini, objek penelitian yang dijadikan sebagai populasi ialah pelanggan PT LKD *Multi* Industri dengan jumlah populasi sebanyak 120 pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode pengambilan sampel jenuh yang mana merupakan seluruh jumlah populasi diambil untuk menjadi sampel penelitian. Sehingga jumlah sampel yang digunakan peneliti sebanyak 120 pelanggan pada PT LKD *Multi* Industri.

Pada penelitian ini, metode/teknik pemerolehan data yang digunakan yaitu dengan teknik kuesioner (Angket). Data yang diperoleh untuk penelitian akan diolah menggunakan program SPSS versi 25. Nilai uji dapat dipastikan dengan uji dua sisi dengan tarif signifikan 0,05 (Program SPSS memakai nilai ini secara *default*).

Kriteria pengujian uji validitas data jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka pernyataan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap jumlah hasil poin tersebut, maka poin-poin tersebut dapat dinyatakan *valid*. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi yang signifikan terhadap poin tersebut, oleh karena itu poin-poin dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian, peneliti ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dimana biasanya digunakan untuk mengukur sebuah konsistensi internal yaitu mengukur seberapa dekat instrumen di dalam kuesioner yang menggunakan skala *Likert*. Kriteria nilai r tabel atau data moment atau reliable suatu data terima atau tidaknya, dapat mengacu pada nilai pembatas yang menentukan, contohnya 0,6. Jika nilai tidak lebih dari 0,6 maka dipastikan memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan dengan nilai 0,7 maka dapat diterima serta nilai yang lebih dari 0,8 dianggap baik.

Cara yang sering digunakan dalam melakukan pengujian *residual* yang memiliki distribusi normal atau uji normalitas *residual* yaitu dengan analisa grafik *histogram*, grafik (normal P-P Plot) dan Uji “*One Sample Kolmogorov-Smirnov*” (Kurniawan, 2014: 156). Jika sebuah uji penyaluran normal akan membentuk sebuah grafik/kurva yang jika digambarkan akan membentuk sebuah bentuk lonceng atau yang di sebut “*bell-shaped curve*” dan juga menggunakan nilai “*One Sample Kolmogorov-Smirnov*”. Kurva nilai residual terstandarisasi dibidang normal jika nilai *Kolmogorov-Smirnov*  $Z < Z$  tabel atau menggunakan nilai “*Probability Sig*” (2 tailed) $>\alpha$ ;  $\text{sig}>0,05$ . Uji ini diidentifikasi dengan melakukan analisis grafik. Penelitian ini menggunakan uji perencanaan probabilitas (Normal *probability plot*) untuk menguji normalitas jika titik data yang menyebar didaerah garis yang berbentuk diagonal dan mengikuti garis diagonal yang ditentukan, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Tanda-tanda multikolinearitas dapat ditemukan dengan sebuah uji yang dapat menemukannya dan diuji apakah terdapat persamaan yang terbentuk menunjukkan gejala multikolinearitas. Beberapa cara untuk mengetahui gejala multikolinearitas adalah dengan memakai perangkat uji yang disebut dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, hasil menunjukkan bahwa model tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas, artinya tidak terjadi hubungan diantara variabel bebas (Kurniawan, 2014: 157).

Uji heteroskedastisitas yang diteliti pada studi ini menggunakan uji *Park Gleyser* yaitu dengan cara/teknik menghubungkan nilai mutlak/absolut residualnya pada masing-masing variabel independent. Misalnya hasilnya nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikan $>$ nilai alphanya ( 0,05 ), maka model tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Kurniawan, 2014: 158).

Uji pengaruh untuk analisa regresi linear berganda pada landasannya merupakan sebuah perluasan dari

regresi sederhana, yaitu dengan menambahkan total variable bebas yang sebelumnya hanya terdapat satu menjadi dua atau bahkan lebih untuk variable bebas (Sanusi, 2012: 134).

Analisis koefisien determinasi, Analisis ini merupakan analisis yang digunakan dalam hubungan untuk melihat berapa persen sumbangan yang mempengaruhi variable bebas dalam model regresi yang secara bersamaan berpengaruh terhadap variable tidak bebas. Sehingga angka koefisien yang menunjukkan sejauh mana sebuah model yang terbentuk dapat memberikan penjelasan kondisi yang aktual. Koefisien tersebut dapat dimaksud sebagai jumlah besaran perbandingan atau tingkat persenan ragam variable terikat yang dinyatakan oleh variable bebas (Sugiyono, 2012: 135).

Analisis uji parsial (uji T) dengan ketentuan  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga didapatkan kesimpulan bahwa variable independent tidak mempengaruhi pada variable dependent. Namun jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga didapatkan kesimpulan bahwa variable independent berpengaruh pada variable dependent.

Analisis uji simultan (uji F) jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (sig  $\alpha$  0,05 ), maka  $H_0$  ditolak artinya keseluruhan variable independent secara bersamaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variable dependent sehingga model regresi dinyatakan layak. Sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( sig  $\alpha$  0,05 ), maka  $H_0$  diterima, dalam arti keseluruhan variable independent secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependent sehingga modelnya dinyatakan tidak layak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada studi ini terdapat 120 responden, yang mana sebagian besar responden yang diteliti dan didasarkan pada jenis kelamin yang dapat dilihat jumlah lebih banyak berjenis kelamin laki-laki dimana dengan persentase 53,3% sedangkan perempuan hanya berpersentase 46,7%.

Berdasarkan usia, responden dengan usia 26-30 tahun mendominasi dengan persentase 34,2%, selebihnya yang berusia 21-25 tahun dengan persentase 25%, usia 31-35 tahun dengan 24,2% dan usia >35 tahun dengan 16,7%. Didasarkan pada penghasilan yang di diterima responden didominasi dengan penghasilan sebesar 4-4,5 Juta dengan persentase 36,7%, selebihnya yang

berpenghasilan 3,5-4 Juta dengan persentase 17,5%, 4,5-5 Juta 21,7%, dan penghasilan 5-10 Juta dengan 24,2%. Jika berdasarkan lama melakukan pembelian, responden yang dengan 18 – 24 Bulan dengan persentase 29,2%, selebihnya 6-12 Bulan 15%, 12-18 Bulan 27,5%, sedangkan dengan lama >24 Bulan dengan persentase 28,3%.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0.788	0.1779	Valid
	0.732	0.1779	Valid
	0.710	0.1779	Valid
	0.789	0.1779	Valid
	0.731	0.1779	Valid
	0.780	0.1779	Valid
	0.726	0.1779	Valid
	0.728	0.1779	Valid
Keragaman Produk	0.762	0.1779	Valid
	0.770	0.1779	Valid
	0.775	0.1779	Valid
	0.766	0.1779	Valid
	0.781	0.1779	Valid
	0.747	0.1779	Valid
Kepuasan Pelanggan	0.628	0.1779	Valid
	0.676	0.1779	Valid
	0.794	0.1779	Valid
	0.854	0.1779	Valid
	0.831	0.1779	Valid
	0.797	0.1779	Valid
	0.724	0.1779	Valid

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020)

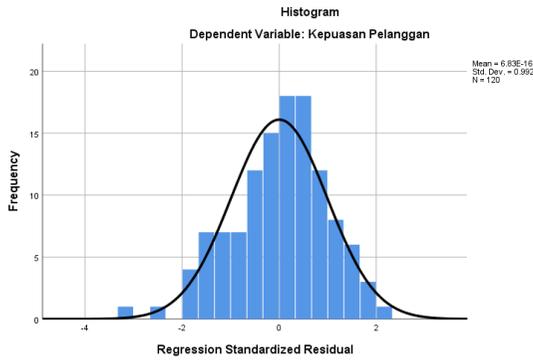
**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0.887	0.60	Reliabel
Kergaman Produk	0.868	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.866	0.60	Reliabel

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020)

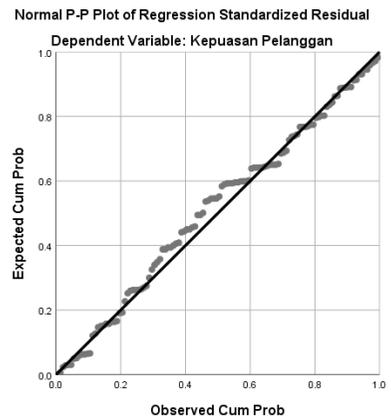
Uji Validitas dan Reliabilitas merupakan bagian dari Uji kualitas yang mana bertujuan untuk mengukur kelayakan realibilitas data dalam penelitian. Berdasarkan pada Tabel 1 di bawah, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan, mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sesuai ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini menyatakan

bahwa seluruh item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Dari hasil uji pada Tabel 2 di bawah terlihat nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari kriteria yang senilai 0,60 yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variabel reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.



**Gambar 2. Histogram**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)



**Gambar 3. P-P Plot**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

**Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63819629
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.044
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Uji normalitas dapat dibuktikan dengan grafik histogram seperti yang tertera pada Gambar 2. Dari histogram di bawah terlihat bahwa data menyebar dari sisi kiri ke sisi kanan, dan berbentuk lonceng jadi, data dinyatakan memenuhi ketentuan normalitas. Pada Gambar 3, Grafik *P-P Plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar didaerah garis diagonal dan menyebar mengikuti garis diagonal. Dari grafik ini juga dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi ketentuan

normalitas. Dari tabel di bawah dapat diambil kesimpulan bahwa kurva nilai residual terstandarisasi memiliki sebaran/penyebaran data normal jika nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* < *Z* table atau nilai *Asymp. Sig (2 tailed)* Menganalisa hasil uji ini diambil kesimpulan bahwa data memiliki distribusi normal karena nilai *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tingkat signifikansi  $0,067 > 0,05$ .

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	.521	1.919
Keragaman Produk	.521	1.919

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variable ( $X^1$ ) kualitas produk dan variable ( $X^2$ ) keragaman

produk kurang dari 10. Nilai VIF untuk variable ( $X^1$ ) kualitas produk dan variable ( $X^2$ ) keragaman produk dengan masing-

masing 1.919. Dengan demikian, penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan multikolinieritas

berganda antar variable independent. Ini benar karena toleransi 0,521 untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10.

**Tabel 5.** Hasil Uji Heteroskedastisitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.609	1.014		4.546	.000
Kualitas Produk	-.070	.039	-.226	-1.822	.071
Keragaman Produk	-.012	.050	-.030	-.244	.808

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Dilhat dari hasil uji pada table 5 yang menunjukkan nilai signifikansi variabel kualitas produk dan keragaman produk >0,05. Maka dari itu, ditarik suatu kesimpulan yakni tidak terjadi

heteroskedastisitas. Dalam arti tidak terjadi ketidaksamaan varian dalam model regresi dan dapat dijadikan estimasi dalam tahap uji seterusnya.

**Tabel 6.** Hasil Regresi Linear Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.288	1.717		2.498	.014
Kualitas Produk	.320	.065	.431	4.888	.000
Keragaman Produk	.340	.084	.356	4.035	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Pengujian pengaruh menggunakan regresi berganda yaitu digunakan untuk menganalisis hubungan antara kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 6, 4,288 artinya jika tidak ada perubahan pada kualitas produk dan keragaman produk (variabel bebas), maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 4,288 sebagai nilai konstan untuk variabel terikat. 0,320 artinya setiap penambahan kualitas

produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,320. Dan koefisien variabel  $X^1$  (kualitas produk) bernilai positif artinya terdapat hubungan positif terhadap Y (kepuasan pelanggan). 0,340 artinya setiap penambahan keragaman produk tersebut akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan sebesar 0,340. Dan koefisien variabel  $X^2$  (keragaman produk) bernilai positif artinya terdapat hubungan positif terhadap Y (kepuasan pelanggan).

**Tabel 7.** Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.525	.517	2.661

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Nilai determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh pada tabel 7 adalah sebesar 0,525. Ini

berarti persentase sumbangan variable  $X^1$  (kualitas produk) dan  $X^2$  (keragaman

produk) dalam model regresi sebesar 52,5 persen. Atau perbedaan variable Y (kepuasan pelanggan) dapat diberikan penjelasan oleh perbedaan variable X<sup>1</sup> (kualitas produk) dan X<sup>2</sup> (keragaman

produk) sebesar 52.5% sedangkan selebihnya berjumlah 47.5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dilakukan studi pada penelitian ini.

**Tabel 8.** Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.288	1.717		2.498	.014
Kualitas Produk	.320	.065	.431	4.888	.000
Keragaman Produk	.340	.084	.356	4.035	.000

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Uji Hipotesis berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk (4,888) lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1.97993) atau nilai sig pada t ( 0,000 ) lebih kurang dari nilai  $\alpha$  yang ditentukan ( 0,05 ). Berdasarkan pada hasil yang diperoleh maka H0 ditolak dan H1 diterima pada variabel kualitas produk, dengan demikian maka secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap

kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi* Industri di Kota Batam. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variable keragaman produk (4,035) lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1.97993) atau nilai sig t (0,000) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data tersebut maka H0 ditolak dan H2 diterima untuk variabel keragaman produk, dengan demikian maka secara parsial variable keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 9.** Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	916.342	2	458.171	64.722	.000 <sup>b</sup>
Residual	828.249	117	7.079		
Total	1744.592	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

(Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020)

Berdasarkan table 9 dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} = 64,722$  dan  $F_{tabel} = 3,07$  dalam hal ini  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dan nilai signifikan adalah 0,00 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05, sehingga keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan H3 diterima.

**SIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi* Industri. Hal ini dapat

dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  4,888 >  $t_{tabel}$  1,97993 dan hasil nilai signifikan pada uji T sebesar 0.000 < 0.05.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel keragaman produk tentang kepuasan pelanggan di PT LKD *Multi* Industri. Hal ini bisa dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  4,035 >  $t_{tabel}$  1.97993 dan hasil nilai signifikan pada uji T sebesar 0.000 < 0.05.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk dan keragaman produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT LKD *Multi* Industri. Hal ini dapat

dilihat dari nilai  $F_{hitung} 64,722 > F_{tabel} 3.07$  dan hasil nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ .

### DAFTAR PUSTAKA

- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Hadita. (2018). Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 365–374. Diambil dari <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TANJUNG UNCANG DI KOTA BATAM. *Jurnal EMBA*, 8(3), 34–43.
- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT SOLO. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 49–56.
- Hermanto, & Nainggolan, N. P. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT ANEKA TATA NIAGA. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen*, 11(1), 46–57.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (1 ed.). Bandung: ALFABETA.
- Mubarok, A. (2018). Pengaruh Brand Equity, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan), 1(3), 14–33.
- Noviyanti, I. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV USAHA MANDIRI JAKARTA SELATAN. *JIMF (JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA)*, 1(2), 21–32. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i2.2538>
- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (D. A. Halim, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PB SWALAYAN METRO. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 186–199. Diambil dari [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/17923/NASKA\\_H\\_PUBLIKASI.pdf?sequence=12&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/17923/NASKA_H_PUBLIKASI.pdf?sequence=12&isAllowed=y)
- Stevenson, W. J., & Chuong, S. C. (2014). *Manajemen Operasi: Perspektif Asia Buku 1* (9 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuwono, H., & Yuwana, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331–246.