

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM

Jeni Lezi Emrila<sup>1</sup> Raymond<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb160910302@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*Business was a way of changing profits and driving the country's growth. The things that company need to consider in achieving success are qualities of product and qualities of services causes these is many thing may influenced costomer satisfactions for that companie. The goal of this studies is to determined the influences of product quality and services qualities on customer satisfactions at PT Rodamas Makmur Motor Batam. The designing of this studies use researchs designing and quantitativizing causality researches method. The collections of data technique by distributed questionnaire to 165 respondents. The analys of datas technique used validities, reliabilities, normalities, multicollinearities, heterocedasticities, linear regressions analys, ttest and Ftest throughs the applications of SPSS versions 25. The result of this studies indicated that products qualities (X1), service quality (X2) have significant by partial and simultan are significant influence on the customer satisfaction (Y). Determinations coefficients test result showing that product quality (X1), service quality (X2) with 55.6 percents, whiles the remaining 44.4 percents are influencing by others variables is not examining in this researchs.*

**Keywords:** Customer Satifaction; Product Quality; Service Quality.

## PENDAHULUAN

Lazimnya tiap bisnis bertujuan guna meraih laba, maksud tersebut tak terpisahkan dari aktivitas pemasaran. Pemasaran wajib telah digagaskan sebelumnya, guna menepatkan incaran atau sasaran konsumen. Konsumen berpotensi pasti memikirkan berbagai aspek sebelum memakai barang/jasa tersebut, salah satunya adalah faktor kualitas produk, dimana kualitas produk dijadikan alasan guna menciptakan kepuasan tingkat tinggi pada konsumen sehingga berdampak pada pilihan guna menetapkan memakai produk kita bila dipadankan dengan produk lawan lainnya.

Kehadiran kualitas produk inilah menciptakan konsumen terpuaskan dan percaya. Kualitas produk yakni semua karakteristik produk serta pemberian layanan pada kecakapan guna pemenuhan kepuasan kebutuhan yang diperlukan (Putra et al., 2017:127).

Selain kualitas produk, perusahaan juga berkewajiban memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen, dimana kualitas pelayanan merupakan hal terpenting untuk menarik minat konsumen. Dalam memasarkan suatu produk, kita perlu memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, mulai dari cara bertutur kata yang baik, sopan, serta bahasa yang mudah ditelaah konsumen. Kualitas pelayanan dipandang sebagai pola yang tepat mewakili pusat dari kinerja pelayanan, yakni penyerupaan *excellence* serta *sales counter* oleh pelanggan (Lesmana & Ratnasari, 2017:118).

Selain kualitas pelayanan, kepuasan konsumen juga menjadi hal terpenting bagi perusahaan yang menggeluti sektor pemasaran, karena terpuasnya konsumen menjadi misi utama yang ingin diraih perusahaan, saat penyaluran kepuasan konsumen

perusahaan wajib menelusuri dahulu kebutuhan dan keinginan konsumen kini dan akan datang. Intinya tujuan bisnis guna melahirkan kepuasan konsumen, sebab kehadiran kepuasan konsumen membuat konsumen kembali lagi untuk memakai produk di perusahaan tersebut.

PT Rodamas Makmur Motor (RMM) Batam di resmikan pada tanggal 03 November 2012, yang berlokasi tepatnya di Jln Yosudarso, Sei Baloi, Batam. PT Rodamas Makmur Motor Batam merupakan perusahaan yang

bergerak disektor jasa bagian penjualan sepeda motor dan mobil. Tersedianya Dealer RMM-Batam ialah hal terpenting guna merekatkan Suzuki pada pelanggan dan konsumen diwilayah Batam dan sekitarnya. Dicitakan agar pelanggan lebih gampang guna memperoleh layanan penjualan, serta guna memperbesar *market* Suzuki di wilayah Batam dan sekitarnya. Berikut terlampir data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari hingga September 2020 berbentuk tabel.

**Tabel 1.** Data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari hingga September 2020

Bulan	Penjualan
Januari	31
Februari	35
Maret	37
April	7
Mei	5
Juni	10
Juli	13
Agustus	20
September	7
Total	165

(Sumber : PT Rodamas Makmur Motor Batam, 2020)

Terpapar penjabaran tabel 1, melampirkan adanya penurunan jumlah penjualan produk sepeda motor Suzuki terhitung dari Januari hingga September 2020.

Diuraikan beberapa aspek yang memengaruhi dalam kepuasan konsumen saat memakai suatu jasa. Salah satu aspek yang memengaruhi dalam kepuasan konsumen yakni kualitas produk. Hal ini termasuk aspek terpenting dalam penjualan. Kualitas produk pada perusahaan yang akan diteliti dianggap masih kurang memuaskan, dimana konsumen sering mengeluhkan tentang aki motor yang tidak berfungsi ketika pengambilan motor baru, sering terdapat lecet *body* motor baru, sulitnya mendapatkan produk *sparepate* Suzuki yang asli dibengkel-bengkel selain bengkel resmi Suzuki, dalam pelayanan mengorder *sparepate* Suzuki harus menunggu waktu sekitar 1 bulan.

Pertimbangan lain yang dijadikan pijakan konsumen dalam pemenuhan kepuasan yakni kualitas

pelayanan. Kualitas pelayanan juga memengaruhi kepuasan konsumen. Di tempat yang diteliti masih kurang dari standar pelayanan terhadap konsumen, ketika konsumen mengorder *sparepate* Suzuki harus menunggu waktu sekitar 1 bulan. Kemudian sulitnya mendapatkan *sparepate* Suzuki yang asli dibengkel-bengkel selain bengkel resmi Suzuki. Konsumen yang mengkritik tentang pelayanan, dikarenakan pelayanan yang masih kurang terjalannya komunikasi yang baik pada konsumen.

Hingga saat ini kepuasan konsumen pada PT Rodamas Makmur Motor Batam masih belum maksimal. Pimpinan sampai saat ini masih berusaha untuk memperbaiki dan mengatasi beberapa masalah yang terjadi. Bersumber dari beberapa permasalahan yang telah dipaparkan dengan detail oleh penulis diatas, berujung penulis terdorong guna meneliti dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Rodamas Makmur Motor Batam".

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Kualitas Produk

Kecakapan produk guna menyalurkan hasil/kinerja yang relevan bahkan melampaui dari segala keinginan konsumen disebut kualitas produk. Keseluruhan sesuatu bisa ditawarkan ke pasar guna meraih kepedulian, dipakai, serta dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan konsumen (Farah Diza, 2016:111). Selanjutnya penafisan kualitas produk yakni kecakapan barang guna memerikan keunggulan dan kesesuaian utilitas pada pelanggan bahkan melampaui dari yang diinginkan pelanggan (Cahyani Gita & Sitohang, 2016:4). Berdasar sekelompok pandangan para ahli, disimpulkan kualitas produk ialah baik buruknya hal yang melekat di produk sehingga produk itu mengantongi kecakapan guna dikonsumsi konsumen, produk berkualitas baik akan berdampak baik pula pada kepuasan konsumen.

Dijelaskan indikator – indikator kualitas produk (Hendrianto et al., 2018:178) yakni:

1. Penggolongan Produk
2. Kinerja Produk
3. Tampilan Produk

### 2.2 Kualitas Pelayanan

(Rendy Gulla, 2015:1315) menyatakan kualitas pelayanan ialah gambaran yang menjabarkan keadaan pelanggan berbentuk angan pada pelayanan bersumber pengetahuan masa lampau, *word of mouth*, dan iklan dengan memadankan layanan yang diharapkan terhadap yang diterima. Kualitas pelayanan ialah besaran harapan keistimewaan serta pengawasan terhadap tingkat keistimewaan guna pemenuhan kebutuhan konsumen (Moha & Loindong, 2016:577).

Indikator yang terkait ukuran pelayanan maksimal terpapar di bawah ini (Erlinda & Kurniawan, 2020:4):

1. Keandalan
2. Daya tanggap
3. Kepercayaan
4. Tenggang rasa
5. Kasat mata

### 2.3 Kepuasan Konsumen

Situasi konsumen yang terpuaskan maupun yang belum sesudah meraih harapan terhadap tersedianya menu, harga, fasilitas dan pelayanan (Nugroho, Sunarso, & Dkk, 2016:365). Selanjutnya (Purnama, 2018:142), menyatakan kepuasan konsumen yakni besaran reaksi seseorang sesudah memadankan (kinerja/hasil) yang dirasakan dipadankan dengan harapannya. (Purnama, 2018:142) kepuasan konsumen yakni predikat yang dipakai konsumen guna memadatkan kumpulan aksi yang terlihat, berkenaan dengan produk/jasa.

Uraian indikator kepuasan konsumen mencakup (Tan & Putu, 2020:111):

1. Kemiripan keinginan
2. Keminatan datang berulang
3. Ketersediaan mempromosikan.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Uraian penelitian terdahulu yang relevan dengan judul ialah:

1. (Khatab et al., 2019), Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen. Hasilnya kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan.
2. (Farah Diza, 2016), Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT. Fifgroup cabang manado) dengan hasil kualitas produk dan kepercayaan memengaruhi kepuasan konsumen.
3. (Cahyani Gita & Sitohang, 2016), Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan hasil kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memengaruhi kepuasan konsumen.
4. (Moha & Loindong, 2016), Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel yuta di kota manado dengan hasil Kualitas pelayanan dan fasilitas memengaruhi kepuasan konsumen.

5. (Agung & Mas, 2016), Peran *perceived value* memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil variabel *perceived value* memengaruhi kepuasan konsumen dan variabel Kualitas Pelayanan, memengaruhi kepuasan konsumen.
6. (Amelia Septian Aryamti, 2019), Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek pada kepuasan pelanggan klinik kecantikan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memengaruhi kepuasan pelanggan.
7. (Syafrina & Akbar, 2019), Pengaruh kualitas pelayanan banquet terhadap kepuasan konsumen pada Labersa Grand Hotel & Convention Centre Siak Hulu Kampar dengan hasil Kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen.
8. (Mardizal et al., 2017), Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada golden futsal simpang haru, padang dengan hasil Kualitas pelayanan, harga dan promosi memengaruhi terhadap kepuasan konsumen.
9. (Syaiful Aswad, Realize, & Wangdra, 2018), Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Centre dengan hasil Variabel harga dan kualitas pelayanan memengaruhi terhadap kepuasan konsumen.

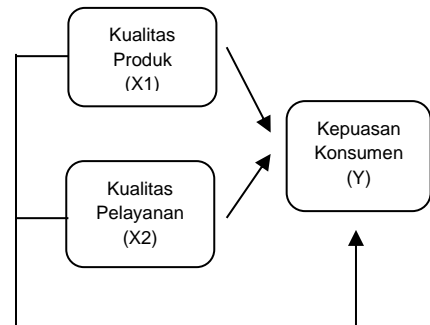
## 2.5 Hipotesis

Jabaran hipotesis penelitian ini yakni:

H1: Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

H2: Diduga Kualitas pelayanan memengaruhi Kepuasan Konsumen Di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

H3: Diduga Kualitas Produk dan kualitas pelayanan secara simultan memengaruhi Kepuasan Konsumen di PT Rodamas makmur Motor Batam.



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran  
(Sumber: Peneliti, 2020)

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilangsungkan di PT Rodamas Makmur Motor Batam ialah studi kasus yang mana penelitian yang di langsunkan guna menginformasikan pandangan secara rinci mengenai seluk beluk kualitas produk serta kualitas pelayanan di PT Rodamas Makmur Motor Batam. Data yang ditampilkan berupa data penjualan pada waktu yang ditentukan. Penyatuan informasi yang melancarkan penelitian ini dilampai dengan kuesioner, yaitu dengan mengumpulkan data dilangsungkan dengan mendistribusikan daftar pernyataan untuk konsumen PT Rodamas Makmur Motor Batam.

Langkah paling akhir, melewati studi kepustakaan dengan langkah penghimpunan data memakai kepustakaan yang merangkul penelitian sebagai sumber informasi melewati referensi, jurnal, dan artikel di internet. (Sanusi, 2011: 14-15) Desain suatu penelitian kausalitas dijadikan tolak ukur antar variabel.). Pada riset ini penghimpunan data memakai kuesioner yang ditelaah memakai aplikasi SPSS 25. Teknik analisis penelitian data yang dipakai yakni:

### 3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas melampirkan pengambilan sebuah sampel dari keseluruhan populasi dengan data penelitian berdistribusi normal (Kasmadi & Sunariah, 2014). Nilai Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas.

### 3.2 Uji Multikolinearitas

Sebuah hasil yang didapati dengan cara menguji dan mendeteksi apakah persamaan yang dihasilkan terjadi gejala multikolinearitas. Jika koefisien determinasi  $R^2 >$  nilai koefisien korelasi parsial semua variabel independen, maka tidak didapati gejala multikolinearitas.

### 3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memakai uji *Park Gleyser* dengan mengaitkan residual dengan variabel independen. Bila nilai signifikan hasil nilai probabilitas  $<$  dari nilai  $\alpha$  (0.05), disimpulkan tidak adanya heteroskedastisitas (Wibowo, 2012:93).

### 3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda lazimnya ialah kelanjutan regresi linear sederhana,

yakni dengan menambah jumlah variabel bebas (Wibowo, 2012:126).

### 3.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Determinasi ini dipakai guna mencari tahu persentase dari variabel independen dalam suatu model regresi yang simultan maupun koleksi memengaruhi variabel terikat.

### 3.6 Uji t (Regresi Parsial)

Lakukan uji ini terhadap uji t guna menelusuri apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen.

### 3.7 Uji F (Regresi Simultan)

Guna menyadari variabel bebas memengaruhi variabel terikat.  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$  (5%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Validitas

Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dinyatakan valid, sebaliknya akan dinyatakan tidak valid jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ . Derajat kebebasan 165 yang didapati dari  $df = N$  (jumlah sampel) - 2 atau 165-2 berjumlah 163 dengan taraf sig 0,05 (*two tailed*) yaitu 0,1528. Dipaparkan hasil uji validitas semua yakni:

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item	Item-Total Correlation	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,632	0,1528	Valid
X1.2	0,692	0,1528	Valid
X1.3	0,746	0,1528	Valid
X1.4	0,721	0,1528	Valid
X1.5	0,768	0,1528	Valid
X1.6	0,771	0,1528	Valid

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	Item-Total Correlation	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,632	0,1528	Valid
X2.2	0,655	0,1528	Valid
X2.3	0,656	0,1528	Valid
X2.4	0,685	0,1528	Valid
X2.5	0,697	0,1528	Valid
X2.6	0,671	0,1528	Valid
X2.7	0,638	0,1528	Valid
X2.8	0,622	0,1528	Valid
X2.9	0,673	0,1528	Valid
X2.10	0,741	0,1528	Valid

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item	Item-Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Y.1	0,665	0,1528	Valid
Y.2	0,706	0,1528	Valid
Y.3	0,759	0,1528	Valid
Y.4	0,731	0,1528	Valid
Y.5	0,777	0,1528	Valid
Y.6	0,648	0,1528	Valid

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.** Reliability Statistics

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,816	> 0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,861	> 0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,809	> 0,60	Reliabel

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.3 Hasil Uji Normalitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Normalitas  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardize Residuals</i>
N		165
<i>Normal Parameters,a,b</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviations</i>	2,34745964
<i>Test Statistic</i>		.056
<i>Asymp. Sig. (2-taileds)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Guna uji ini yakni mengetahui keterpautan antar variabel independen. Lakukanlah uji multikolinear dengan mengamati *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil regresi. Jika nilai VIF > 10, maka muncul gejala multikolinearitas. Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi gejala

multikolinearitas. Menurut tabel 6 dibawah, digarap simpulan bahwa model ini tidak mengalami gejala multikolinearitas antara variabel-variabel independen dikarenakan besaran perolehan VIF per variabel < 10, serta besaran perolehan *tolerances* > 0,10.

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Models</i>	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerances</i>	VIF
<i>(Constants)</i>		
Kualitas Produk	.480	2.084
Kualitas Pelayanan	.480	2.084

(Sumber: Ouput SPSS 25, 2020)

#### 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,104	,851		4,822	,000
Kualitas_Produk	-,091	,042	-,240	-2,180	,031
Kualitas_Pelayanan	-,001	,029	-,022	-,020	,984

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardizes Coefficients		Standardizes Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,199	1,398		3,717	,000
Kualitas Produk	,288	,069	,316	4,183	,000
Kualitas Pelayanan	,303	,047	,484	6,405	,000

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

Disesuaikan perolehan Tabel 8, didapati persamaan untuk regresi berganda yaitu:  $Y = 5,199 + 0,288 (X_1) + 0,303 (X_2)$ . Perolehan Tabel 7 dipaparkan sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai 5,199 berarti kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) adalah nilainya nol, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) mengantongi nilai 5,199.
2. Kualitas produk ( $X_1$ ) bernilai 0,288 atau 28,8% berarti kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Apabila kualitas produk mengalami kenaikan 1% atau 1 satuan maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan juga senilai 0,288 atau 28,8%.

3. Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) bernilai 0,303 atau 30,3% berarti kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% atau 1 satuan maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan senilai 0,303 atau 30,3%.

#### 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berpacu tabel di bawah ini, diputuskan kualitas produk, kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen 55,6% sedangkan sisanya 44,4% terpengaruhi aspek eksternal diluar penelitian ini.

**Tabel 9.** Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Squares	Std. Error of the Estimate
1	.745a	.556	.550	2.362

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.8 Hasil Uji Parsial (T)

**Tabel 10.** Hasil Uji-t

Model	Unstandardizes		Standardizes	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,199	1,398		3,717	,000
Kualitas Produk	,288	,069	,316	4,183	,000
Kualitas Pelayanan	,303	,047	,484	6,405	,000

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.9 Hasil Uji F

Berdasarkan tabel 11, ditampilkan kualitas produk, kualitas pelayanan mendapati  $F_{hitung} (101,233) > F_{tabel} (3,05)$

dengan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Disimpulkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memengaruhi kepuasan konsumen.

**Tabel 11.** Hasil Uji-F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1129,479	2	564,740	101,233	,000 <sup>b</sup>
Residual	903,733	162	5,579		
Total	2033,212	164			

(Sumber: Output SPSS 25, 2020)

#### 4.10 Pembahasan

Disimpulkan kepuasan konsumen (Y), dijabarkan variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) diperoleh *R Square* (R<sup>2</sup>) yakni 0,556. Dipaparkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sanggup menjelaskan 55,6% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan 44,4% sisanya dipaparkan variabel dari luar.

1. Kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen pada PT Rodamas Makmur Motor Batam, terpapar tabel 10,  $t_{hitung} (4,183) > t_{tabel} (1,9744)$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini sepadan penelitian (Farah Diza, 2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Fifgroup Cabang Manado melampirkan kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen PT Rodamas Makmur Motor Batam, terpapar tabel 10, dengan  $t_{hitung} (6,405) > t_{tabel} (1,9744)$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini sepadan penelitian (Syaiful Aswad, Realize, & Wangdra, 2018) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Centre menjabarkan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen.

3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen, dilampirkan di tabel 11,  $F_{hitung} (101,233) > F_{tabel} (3,05)$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ .

#### SIMPULAN

Berpedoman pembahasan yang sudah dipaparkan diatas, maka didapati bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam. Tertera dari hasil thitung  $(4,183) > ttabel (1,9744)$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ .
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam. Tertera dari hasil thitung  $(6,405) > ttabel (1,9744)$  dengan sig  $0,000 < 0,05$ .
3. Kualitas produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.



Tertera dari hasil Fhitung (101,233) > Ftabel (3,05) dengan sig sebesar 0,000 < 0,05.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G., & Mas, A. (2016). Peran Perceived Value Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pendahuluan Setiap Manusia Sesungguhnya Memiliki Kebutuhan Yang Sama , Namun Cara Pemenuhan Disesuaikan, *5*(12), 8199–8226.
- Amelia Septian Aryanti, D. (2019). Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis Of Product Quality , Service Quality And Brand Image On Customer Satisfaction Clinic Beauty And Effect On, *6*(1), 131–138.
- Cahyani Gita, F., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Febby Gita Cahyani, *5* (2007), 1–19.
- Erlinda, L., & Kurniawan, P. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam. *Jurnal Ekuivalensi*.
- Farah Diza, D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado), *4*(1), 109–119.
- Freekley Steyfli Maramis, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1658–1667.
- Harahap, Z., Leonandri, D., & Dkk. (2020). The Effect Of Service Quality And Product Quality On Consumer Satisfaction In 71st Omakase Restaurant, Cikajang Jakarta, *8* (2).
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, *16*(1), 43.
- Jefry, & Syaifullah. (2020). Journal Of Management, Accounting, Economic And Business, *1*(1), 160–174.
- Khatab, J. J., Esmaeel, E. S., & Othman, B. (2019). The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction: Evidence From Public Sector And Private Sector Banks In Kurdistan/Iraq. *International Journal Of Advanced Science And Technology*, *28*(20), 865–872.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2017). Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt . Radekatama Piranti Nusa Ketepata, *2* (2), 115–129.
- Maramis, F., Sepang, J., & Dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1658–1667.
- Mardizal, I., Utami, H., & Dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Futsal Simpang Haru Padang. *Economica*, *5*(2), 128–133.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). The Analysis Of Service Quality On Customer Satisfaction And Facilities, *4*(1), 575–584.
- Muhajirin, & Jumaidin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk H Group Indonesia Di Kota Bima, *1*(2), 197–202.
- Purnama, P. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer Di Kota Prabumulih, 1–9.
- Putra, G., Arifin, Z., & Dkk. (2017). Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen ( Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang

- Melakukan Pembelian Paket Data Kampus ), 48(1), 124–131.
- Raktion, J. (2018). Terhadap Kepuasan Konsumen In Heritage, 2.
- Rendy Gulla, D. (2015). Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel manado grace inn, 3(1), 1313–1322.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (S. Empat, Ed.) (7th ed.). Jakarta.
- Setyaningsih Sri Utami, C. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sfa Steak & Resto di Klodran Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 364–371.
- Simanjuntak, P., & Purba, T. (2020). Journal Of Management, Accounting, Economic and Business, 1(1), 1–15.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syaiful Aswad, Realize, & Wangdra, R. (2018). Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih. *Jim Upb*, 6(2), 77–85.
- Tan, S., & Putu. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Wisley Golf & Sport Centre. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 1689–1699.