

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PT.MEGA PERSADA INDONESIA JAKARTA 2017)

THE EFFECT QUALITY PRODUCTS AND QUALITY SERVICES TO CUSTOMER SATISFACTION(CASE STUDY PT. MEGA PERSADA OF INDONESIA JAKARTA 2017)

Ratu Audia Imanda

Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

Ratuaudiaratuaudia@gmail.com

ABSTRAK

Banyaknya pembangunan di Indonesia saat ini menyebabkan persaingan perusahaan konstruksi semakin ketat. Oleh karena itu masing-masing perusahaan dituntut untuk dapat membuat strategi bisnis yang tepat agar tidak kalah saing, sehingga pelanggan tetap merasa puas. PT. Mega Persada Indonesia adalah perusahaan konstruksi yang bergerak di bidang mekanikal dan elektrikal serta teknologi informasi dan telekomunikasi dengan pendekatan one stop solution "memberikan kualitas pekerjaan yang baik dan tepat waktu untuk kepuasan pelanggan adalah prinsip perusahaan". Lalu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Mega Persada Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan kausal dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling, dengan responden sebanyak 100 orang yang merupakan pelanggan PT.Mega Persada Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk berada kondisi yang baik yaitu sebesar 73,98%, lalu tanggapan responden terhadap variabel kualitas layanan berada pada kondisi yang baik yaitu sebesar 76,01%, lalu tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan berada pada kondisi yang baik yaitu sebesar 66,94%. Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,226, sedangkan Kualitas Layanan memiliki koefisien sebesar 0,466. Atau secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan sebesar 33,5% terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Mega Persada Indonesia

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The number of development in Indonesia currently causes the competition of construction companies more stringent, therefore, each company is required to be able to create the right business strategy for not to lose competitiveness, so that customers feels satisfied. PT. Mega Persada Indonesia is a construction company engaged in the field of mechanical and electrical and information technology and telecommunications with one stop solution approach "providing good quality and timely work for customer satisfaction is the company's principle. Then to find out how much influence the Quality of Product and Service Quality to PT.Mega Persada Indonesia Customer Satisfaction. The type of research used is descriptive and causal research with data analysis techniques using multiple linear regression. Sampling technique used is non probability sampling, with 100 respondents who are customers of PT.Mega Persada Indonesia. Based on the results of data processing, it can be known responses of respondents to product quality variables are good conditions that is equal to 73.98%, then the response of respondents to service quality variables are in good condition that is equal to 76.01%, and responses of respondents to variable Customer Is in good condition that is equal to 66.94%. Based on the calculation of multiple linear regression, it can be seen that the product quality has a coefficient of 0.226, while the Quality of Service has a coefficient of 0.466. Or simultaneously Product Quality and Service Quality influence significantly 33.5% to PT.Mega Persada Indonesia Customer Satisfaction

Keywords: Product Quality, Quality of Service and customer satisfaction.

1. Pendahuluan

Sektor konstruksi termasuk salah satu faktor dengan kontribusi cukup besar terhadap Produk domestik Bruto (PDB) Indonesia. Nilai PDB Nasional pada tahun 2013 dalam Buku Kesenjangan sektor Jasa Konstruksi Menghadapi MEA 2015 yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan sebesar RP. 9.083.927,20 Triliun, dengan kontribusi sektor konstruksi sebesar 9,99% atau sebesar Rp.907.267,00 Miliar terhadap nilai PDB Nasional. Sektor konstruksi memiliki peran strategis dalam pembangunan, seperti pada penyerapan tenaga kerja, mendorong perkembangan sektor-sektor pendukung jasa konstruksi serta sebagai mobilisator pertumbuhan produk nasional baik barang maupun jasa (BPS, 2015). Berdasarkan data World Bank tahun 2014, Indonesia merupakan pasar konstruksi terbesar di ASEAN dan nomor empat di dunia dengan nilai pengerjaan proyek US\$267 miliar (Kementerian Perdagangan, 2015).

PT. Mega Persada Indonesia adalah perusahaan konstruksi yang bergerak di bidang mekanikal dan elektrik serta teknologi informasi dan telekomunikasi dengan pendekatan one stop solution “memberikan kualitas pekerjaan yang baik dan tepat waktu untuk kepuasan pelanggan adalah prinsip perusahaan. PT. Mega Persada Indonesia mempunyai tim yang profesional yang handal dan pengalaman dalam menangani perusahaan local, nasional dan internasional, PT. Mega Persada Indonesia juga mempunyai komitmen yang kuat untuk selalu bekerja dan menghasilkan karya dan produk terbaik. PT. Mega Persada Indonesia mampu menjadi rekan yang handal untuk mengerjakan proyek-proyek di bidang mekanikal dan elektrik, teknologi informasi dan telekomunikasi. Bidang-bidang pekerjaan mencakup hotel, perkantoran, rumah sakit, apartement, gudang, pabrik dan bangunan infrastruktur lainnya dengan berbagai jenis pekerjaan.

Berikut ini merupakan tabel kepuasan pelanggan di PT. Mega Persada Indonesia pada tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016.

TABEL 1.1
Kepuasan Pelanggan

HASIL CUSTOMER SURVEY PT. MEGA PERSADA INDONESIA	
Kepuasan Pelanggan 2013	64,10%
Kepuasan Pelanggan 2014	64,10%
Kepuasan Pelanggan 2015	62,70%
Kepuasan Pelanggan 2016	63,30%

Sumber : Kuisioner kepuasan pelanggan(Data Internal)

Melihat dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa jumlah kepuasan pelanggan di PT. Mega Persada Indonesia masih mengalami fluktuatif cenderung menurun. Sebagai contoh pada tahun 2013 dan 2014 total kepuasan pelanggan PT. Mega Persada Indonesia ini mencapai 64,10% dikarenakan banyaknya keluhan dari pelanggan, terutama keluhan pada kerusakan produk. Namun pada tahun 2015 total kepuasan pelanggan PT. Mega Persada Indonesia mengalami penurunan menjadi 62,70% lebih kecil dibanding tahun sebelumnya, ada beberapa faktor yang menyebabkan penurunan pada tahun 2015, diantaranya adalah kurang taggapnya karyawan dalam menangani komplain pelanggan, adanya beberapa siswa PKL yang kurang memiliki pengetahuan yang baik dalam melayani pelanggan. Secara teoritis yang dikatakan Kotler dan Armstrong (20014;253) “kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. PT. Mega Persada Indonesia diharapkan dapat mengevaluasi dan memperbaiki kualitas produk yang dimilikinya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas produk PT. Mega Persada Indonesia. Tetapi pada penerapannya kualitas produk di PT. Mega Persada Indonesia masih banyak kekurangan. Selain itu pelayanan di PT. Mega Persada Indonesia masih kurang bagus dalam menangani komplain pelanggan dan tidak stabilnya kualitas produk yang terkadang

mengalami kerusakan ketika sampai di lapangan. Sehingga hal tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan. (Sumber: Wawancara Karyawan PT. Mega Persada Indonesia).

2. Dasar Teori

a. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27), *marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing, customers through creating, delivering, and communicating superior customer value*. Yang artinya seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd (2005: 422) dalam Luli Prandita dan sri Styo iriani (2013 : 579) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu:

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.
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived Quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Dimensi Kualitas Layanan

Sedangkan menurut Ririn dan Mastuti (2011:107-109) dikutip kembali dalam jurnal Bela Dwi Kuntari, srikandi Kurmadji dan Kadarisman Hidayat (2016 : 198) terdapat lima indikator utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu berupa bukti fisik seperti yang disebutkan di bawah.

1. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekstensinya pada pihak eksternal.
2. *Emphaty* yaitu memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
3. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
4. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
5. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas komponen: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

c. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang baik menurut Sugiarto dalam Lupiyoadi (2006: 42) dalam Citrawan Marga (2013)“dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak

berpaling pada perusahaan lain". Ikatan emosional tersebut merupakan wujud dari loyalitas yang ditunjukkan konsumen kepada perusahaan sebagai bukti atas kepuasan atas kinerja produk yang diterimanya.

Penjual atau produsen jasa perlu menguasai unsur-unsur:

- a. Kecepatan
Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.
- b. Ketepatan
Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.
- c. Keamanan
Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasa.
- d. Keramah tamahan
Dalam melayani pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramah tamahan sangat penting apalagi pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa.
- e. Kenyamanan
Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

3. Metode Pengumpulan data

Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Kualitas layanan menunjukkan nilai tambah dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi. Tanggapan responden terhadap kualitas produk dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

TABEL 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

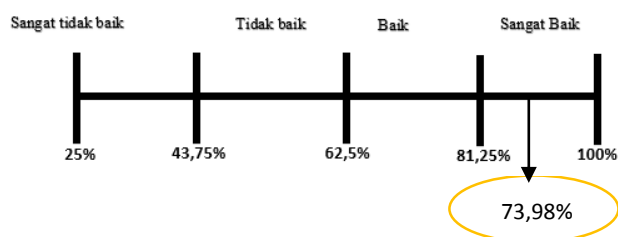
Pernyataan X1	Score				Jumlah Score
	STS	TS	S	SS	
1. Pemenuhan terhadap fungsi pekerjaan	1	26	198	80	305
2. Kualitas produk yang diberikan tahan lama	4	38	153	104	300
3. Kualitas produk yang berikan sesuai spesifikasi dan persyaratan pelanggan	6	56	174	32	266
4. Menurut saya harga yang diberikan PT. Mega Persada Indonesia jauh lebih terjangkau dari kontraktor lain	2	26	177	204	309
5. pemasangan produk lebih rapih dibandingkan dengan kontraktor lain	5	120	45	80	295
6. Kualitas produk secara umum telah setara dengan harga yang dibayar	3	38	186	186	292
7. Penempatan pemasangan produk sesuai dengan persyaratan pelanggan	2	32	150	150	313
8. Target pemasangan lebih cepat dibandingkan dengan kontraktor lain	4	20	192	192	304

9. Produk yang diberikan perusahaan memiliki fungsi dengan baik	2	30	192	192	300
10. Produk yang diberikan perusahaan kualitas nya lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan lain	4	38	156	156	329
11. Produk yang diminta pelanggan selalu sesuai dengan apa yang diinginkan	8	56	153	153	270

Pernyataan X1	Skor				Jumlah Skor
	STS	TS	S	SS	
12. Spesifikasi produk yang diberikan perusahaan sangat beragam	2	32	195	68	297
13. Pelanggan bisa memilih produk seperti apa yang dibutuhkan	2	24	198	80	304
14. Penempatan pemasangan produk	3	38	186	64	291
15. Produk yang diberikan oleh perusahaan sangat tahan lama	3	70	135	68	276
16. Dalam jangka waktu yang lama produk yang diberikan perusahaan masih bagus performanya	1	38	183	76	298
17. Produk yang diberikan perusahaan jarang sekali mengalami kerusakan	4	48	168	64	284
18. Kerapihan terhadap pemasangan produk	3	54	153	72	287
19. Tampilan yang ada digambar sudah sesuai atau belum	2	38	231	56	299
20. Penempatan pemasangan produk seperti ac, instalasi listrik, CCTV, dll	2	28	171	108	298
Jumlah Jawaban					5919
Jawaban Ideal (4x100x20)					8000
Persentase (5919/8000)x100%					73,98%

Tanggapan responden yang terdapat pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan tanggapan yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah terhadap kualitas layanan. diperoleh skor persentase sebesar 73,98%. Artinya bahwa kualitas Produk dari PT.Mega Persada Indonesia cukup baik.

GAMBAR 4.5]
Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk



Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2017

4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Kualitas layanan menunjukkan nilai tambah dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi. Tanggapan responden terhadap kualitas Layanan dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

TABEL 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan

Pernyataan X2	Skor				Jumlah Skor
	STS	TS	S	SS	
1. Penampilan karyawan rapih sesuai dengan prosedur	2	26	195	80	303
2. Peralatan yang di gunakan untuk memasang suatu produk sudah memenuhi syarat nasional indonesia	3	26	180	96	305
3. Kesiapan peralatan untuk pemasangan	2	24	141	156	323
4. Karyawan selalu bersikap baik dan sopan kepada pelanggan	4	56	162	56	304
5. Tanggung jawab karyawan dilapangan sangat baik	3	30	171	100	299
6. Kecepatan menangani masalah(biaya, mutu, waktu, konflik dsb) yang terjadi di lapangan	2	30	195	72	304
7. Kecepatan dalam menyelesaikan pekerjaan yang ada dilapangan	3	34	159	108	282
8. Kecepatan dalam merespon permintaan pemilik proyek	4	52	162	64	323
9. Karyawan perusahaan selalu memberikan pelayanan dengan cepat	2	24	141	156	297
10. Karyawan perusahaan sangat merespon cepat keluhan dari pelanggan	4	30	183	80	30
11. Karyawan perusahaan selalu ada pada saat dibutuhkan oleh pelanggan	2	26	195	80	315
Pernyataan X2	Skor				Jumlah Skor
	STS	TS	S	SS	
12. Karyawan yang ada di lapangan selalu menanyakan apakah sudah sesuai dengan keinginan pelanggan	3	26	150	136	288
13. Keluhan dari pelanggan selalu di respon baik oleh karyawan	4	26	168	72	302
14. Memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan	3	44	153	92	309
Jumlah Jawaban				4257	
Jawaban Ideal (4x100x14)				5600	
Persentase $(4257/5600) \times 100\%$				76,01	

Sumber : Pengolahan data Primer, 2017

GAMBAR 4.6
Garis Kontinum kualitas Layanan



76,01%

Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2017

Tanggapan responden yang terdapat pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan tanggapan yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah terhadap kualitas layanan Jasa diperoleh skor persentase sebesar 76,01%. Artinya bahwa kualitas layanan Jasa dari PT.Mega Persada Indonesia cukup baik

Deskripsi Variabel kepuasan pelanggan

. Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai tambah dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi. Tanggapan responden terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

TABEL 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan

Pernyataan Y	Skor				Jumlah Skor
	STS	TS	S	SS	
1. Pengerjaan yang diberikan oleh pegawai lapangan PT.Mega Persada Indonesia sesuai dengan waktu perjanjian	2	28	171	108	229
2. Apakah karyawan PT. Mega Persada Indonesia cepat tanggap dalam menyelesaikan suatu masalah	6	34	189	56	288
3. Kerapian pemasangan produk	3	40	150	108	302
4. Apakah sudah sesuai dengan Standar nasional Indonesia	3	16	195	80	306
5. Apakah pemasangan listrik selesai tepat waktu	1	30	186	88	305
6. Alat kerja yang digunakan oleh karyawan di lapangan masih layak digunakan atau tidak	3	30	183	80	301
7. Dari segi pakaian apakah karyawan PT. Mega Persada Indonesia sudah memenuhi syarat keamanan	0	32	210	56	298

(bersambung)

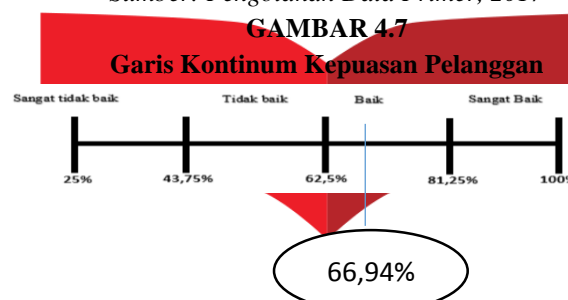
(sambungan)

Pernyataan Y	Skor				Jumlah Skor
	STS	TS	S	SS	
8. Karyawan PT. Mega Persada Indonesia yang berada di lapangan selalu ramah kepada semua pelanggan	5	44	180	52	291
9. Dalam menghadapi komplain karyawan selalau mencoba untuk tetap ramah	1	44	168	84	297
10. Dengan pelayanan yang baik, karyawan yang ramah menjadikan alasan pelanggan selalu merasa puas	6	46	174	52	278

11. Ketika owner dan supplier berkunjung ke office yang berada di proyek merasa nyaman	2	74	150	44	270
12. Fasilitas yang ada di office proyek cukup lengkap	6	60	165	36	267
13. Kebersihan pada office yang berada dirproyek selalau terjaga dengan baik	2	50	156	72	292

Jumlah Jawaban	3481
Jawaban Ideal (4x100x13)	5200
Persentase $(3481/5200) \times 100\%$	66,94%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017



Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2017

Tanggapan responden yang terdapat pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan tanggapan yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah terhadap kepuasan pelanggan diperoleh skor persentase sebesar 66,94%. Artinya bahwa kepuasan pelanggan dari PT.Mega Persada Indonesia memiliki kategori baik

4.Hasil penelitian dan Pembahasan

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden, variabel kualitas layanan (X2) 76,01% yang dikategorikan baik. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan pada PT.Mega persada Indonesia baik menurut konsumen pelanggan
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden, variabel Kualitas Produk (X1) 73,98% yang dikategorikan baik. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk pada PT.Mega Persada Indonesia baik menurut Pelanggan
3. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 66,94% yang dikategorikan baik. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan pada PT.Mega Persada Indonesia baik menurut pelanggan

Daftar Pustaka

Kotler dan Keller, (2012:27). *Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga*

Kotler dan Armstrong dalam Ginting, (2011:23) *Manajemen Pemasaran. Edisi kedua. Jakarta: PT.Indeks.*

Kotler P. And Keller, K. 2012. *Marketing Management 14 Edition. Prentice Hall. Upper Sadle River. New Jersey.*

Garvin, David. 1994, *Kualitas Produk: Alat Strategi yang Penting, Jakarta: Free Press*

Lupiyadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua Jakarta: Penerbit salemba Empat*