

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MANUFAKTUR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CV. ASTRINDO GHITA MANDIRI DENGAN METODE *MULTIPLE REGRESSION*

EFFECT OF SERVICE QUALITY AND MANUFACTURING ON CUSTOMER SATISFACTION IN CV. ASTRINDO GHITA MANDIRI USING MULTIPLE REGRESSION METHOD

Ghita Devira, Budi Praptono, Rino Andias Anugraha
Program Studi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
ghitadevira12@gmail.com, raraayu35@gmail.com, rino.andias@gmail.com

Abstrak

CV. Astrindo Ghita Mandiri merupakan salah satu perusahaan manufaktur terkemuka di Kota Pekanbaru yang sudah berdiri sejak tanggal 18 may 2012. Perusahaan ini memiliki focus usaha pada pembuatan *mould/dies* dan produk plastic *injection moulding*. CV Astrindo Ghita Mandiri mempunyai rata-rata penghasilan perbulan yang masih rendah. Hal ini terbukti dengan pencetakan perbulan hanya dapat mencetak 50.000 biji (keping) dan memproduksi 2500-3500 tutup galon perharinya dengan memiliki 2 mesin. Melihat masih lemahnya kualitas pelayanan dan kualitas manufaktur di CV Astrindo Ghita Mandiri ini, peneliti menjadikan produk CV Astrindo Ghita Mnadiri sebagai objek penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan rumusan masalah deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh pegawai yang ada di CV. Astrindo Ghita Mandiri dengan menggunakan rumusan slovin maka Sampel dari penelitian ini pelanggan CV. Astrindo Ghita Mandiri yaitu sebanyak 103 orang.

Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen sebesar 32.47%. Kualitas Manufaktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen sebesar 37.95%. dan Secara simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Manufaktur berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. besarnya pengaruh menunjukan bahwa Transparansi, Akuntabilitas memberikan pengaruh simultan sebesar 70.4% terhadap Kepuasan konsumen Sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Manufaktur, Kepuasan Konsumen, *Multiple Regression*

Analysis

Abstract

CV. Astrindo Ghita Mandiri is one of the leading manufacturing company in the city of Pekanbaru which had stood since the 18th of may 2012. The company has business focus on making mould/dies and plastic injection molding products. The average monthly income of CV Astrindo Ghita Mandiri is still low. It is proven with the production which can only print 50,000 seeds (pieces) of gallon cover per month and 2500-3500 seeds (pieces) per day with 2 engines. Seeing the weak quality of service and quality manufactur CV Astrindo Ghita Mandiri, researchers made the product of CV Astrindo Ghita Mandiri as research object. The method used in this research is quantitative research methods with descriptive and verificative problem formulation approach. The population used in this study were all employees in CV Astrindo Ghita Mandiri using slovin formula, so the researcher disseminates questionnaires to 103 customers of CV Astrindo Ghita Mandiri.

The results show that service quality has significant and positive effect on customer satisfaction by 32.47%, and Manufacturing quality has affect of 37.95% as well as Quality of Service and Manufacturing simultaneously has significant effect on customer satisfaction. The magnitude of the effect shows that transparency and accountability provides simultaneous effect of 70.4% to the consumer satisfaction while the rest which is 29.6% influenced by other factors is not observed in this study.

Keywords: Quality of Service, Quality Manufacturing, Customer Satisfaction, Multiple Regression Analysis

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV. Astrindo Ghita Mandiri merupakan salah satu perusahaan *manufaktur* terkemuka yang ada di Kepulauan Riau. Perusahaan ini terletak di Kota Pekanbaru yang sudah berdiri sejak tanggal 18 may 2012. Perusahaan ini memiliki focus usaha pada pembuatan *mould/dies* dan produk *plastic injection moulding*.

Pangsa pasar yang dimiliki oleh perusahaan ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menjaga kualitas pelayanan dan manufaktur yang ada selama ini bahkan meningkatkannya dengan sebaik-baiknya. Hal ini penting karena semakin baik kualitas pelayanan dan manufaktur yang diberikan kepada konsumen maka semakin baik pula kepuasan konsumen yang dapat digapai. Begitu pula sebaliknya. Berikut adalah gambaran perusahaan CV.Astrindo Ghita Mandiri jika dibandingkan dengan 2 perusahaan lainnya di kepulauan Riau.

Indikator Perusahaan	PT Deer Sukses Abadi	PT Ris Investarindo Sarana	CV Astrindo Ghita Mandiri
Pencetakan Perbulan	60.000 biji (keping)	70.000 biji (keping)	50.000 biji (keping)
Omset Penjualan Perbulan	Rp.55-80 juta	Rp.65-90 juta	Rp.50-70 juta
Penjualan Perhari	Rp,2.75-4 juta	Rp.3.25-4.5 juta	Rp.2.5-3.5 juta
Modal Jual Per Keping	Rp.55	Rp.65	Rp.70
Margin Dari Total Omset	10-15 %	10-20 %	20%
Produksi Perhari	2000-4000 tutup galon	2500-4500 tutup galon	2500-3500 tutup galon
Punya Mesin	2	3	2

Gambar 1. Gambaran CV. Astrindo Ghita Mandiri

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa CV Astrindo Ghita Mandiri mempunyai rata-rata penghasilan perbulan yang lebih rendah dibandingkan dengan kedua pesaingnya. Hal ini terbukti dengan pencetakan perbulan hanya dapat mencetak 50.000 biji (keping) dibawah rata-rata kedua pesaingnya. Begitu pula Omzet penjualan hanya berkisar sebesar 50-70 juta perbulan dengan kata lain perusahaan bisa meraih 2,5-3,5 juta untuk omzet penjualan perharinya. Perusahaan memiliki modal biaya produksi yang lebih tinggi dari 2 pesaing lainnya yaitu senilai 70 rupiah dengan Margin yang diperoleh dari total omzet adalah sebesar 20% yang pastinya juga pengambilan margin yang lebih besar dari 2 perusahaan pesaing. Pada akhirnya perusahaan hanya bisa memproduksi 2500-3500 tutup galon perharinya meskipun memiliki 2 mesin. Berdasarkan berbagai penjelasan diatas Maka dapat disimpulkan bahwa CV Astrindo Ghita Mandiri ini kualitas pelayanan dan kualitas manufakturnya masih lemah. Maka penelitian ini berfokus kepada gambaran mengenai kualitas pelayanan, kualitas manufaktur dan kepuasan konsumen di CV Astrindo Ghita Mandiri dan juga melihat adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas manufaktur terhadap kepuasan konsumen di CV Astrindo Ghita Mandiri secara parsial dan simultan.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Oleh karena itu para pemasar saat ini memandang layanan peningkatan kualitas produk dan jasa sebagai sasaran utama dalam memberikan nilai tambah terhadap konsumen. *manufaktur* dapat didefinisikan suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dan suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah untuk menjadi barang siap dijual. Pada dasarnya dalam setiap proses *manufaktur* sangat memerlukan sistem informasi yang jelas, sistem informasi *manufaktur* lebih menekankan kepada proses produksi mulai dari input barang mentah hingga menjadi output barang jadi, dengan mempertimbangkan semua proses yang terjadi. Kualitas pada industri manufaktur selain menekankan pada produk yang dihasilkan, juga perlu diperhatikan mutu pada proses produksi. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang dilakukan atau dirasakan oleh konsumen ketika konsumen tersebut menggunakan suatu produk yang mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terpenuhi atau bisa juga bahwa hal tersebut tidak terpenuhi saat konsumen menggunakan produk tersebut. Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat keahlian (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan-pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{\sum X^2}{N})(\sum y^2 - \frac{\sum Y^2}{N})}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

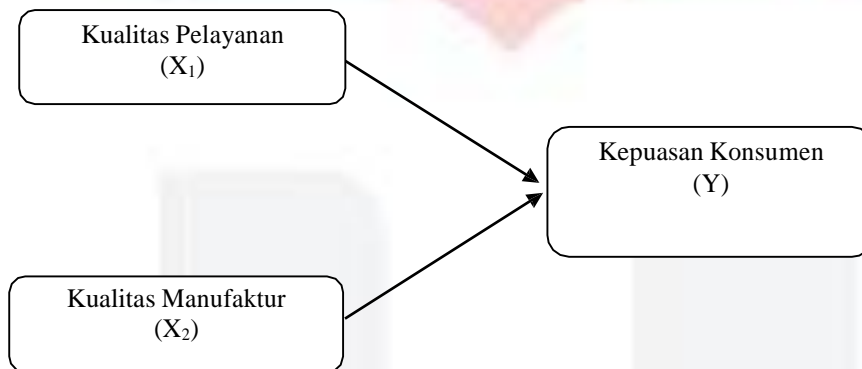
Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. tetapi apabila r lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*

3. Metodologi Penelitian

Model konseptual merupakan pola pikir dalam memandang permasalahan yang terdapat di dalam penelitian. Model Konseptual yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 3.1:



Gambar 3.1 Metode Penelitian

4. Pembahasan

Pada tahap pengumpulan data ini penelitian ini dilakukan kepada pelanggan di CV Astrindo Ghita Mandiri dengan melakukan pengisian kuesioner. Sampel dari penelitian ini pelanggan CV Astrindo Ghita Mandiri yaitu sebanyak 103 orang. Hasil dari pengambilan data melalui kuisisioner tersebut kemudian dilakukan pengujian *instrument* dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini data yang dipakai adalah data kuisisioner kepuasan pelayanan dan manufaktur yang dibagikan kepada kostumer dan pengolahan data dengan menggunakan software SPSS

4.1 Kualitas pelayanan (X₁)

Dari 103 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai kualitas pelayanan (X₁) sebagai berikut :

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Tentang Kualitas pelayanan (X₁)

Nomor Instrumen	Pilihan Jawaban					Jumlah Skor
	5	4	3	2	1	
1	32	36	16	11	8	382
2	19	57	13	13	1	389
3	32	47	18	6	0	414
4	59	20	14	9	1	436

5	60	23	18	2	0	450
6	30	45	20	8	0	406
7	46	34	17	5	1	428
8	16	50	10	15	12	352
9	28	40	15	20	0	385
Total						3642
Persentase						78.6%

Pada variabel Kualitas pelayanan (X_1) dengan jumlah item pernyataan 9 butir dan jumlah responden 103 orang, diperoleh total skor sebesar 3642, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(103 \times 9 \times 5) - (103 \times 9 \times 1)}{5} = 741.6$$

4.1.2 Kualitas Manufaktur (X_2)

Dari 103 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai Kualitas Manufaktur (X_2) sebagai berikut :

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Manufaktur

Nomor Instrumen	Pilihan Jawaban					Jumlah Skor
	5	4	3	2	1	
1	34	35	28	6	0	406
2	15	37	14	23	14	325
3	24	37	13	17	12	353
4	14	38	23	17	11	336
5	22	45	17	14	5	374
6	19	40	15	15	14	344
7	18	28	33	18	6	343
8	36	42	6	19	0	404
Total						2885
Persentase						70%

Pada variabel Kualitas Manufaktur (X_2) dengan jumlah item pernyataan 8 butir dan jumlah responden 103 orang, diperoleh total skor sebesar 2885, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{(103 \times 8 \times 5) - (103 \times 8 \times 1)}{5} = 659.2$$

4.1.3 Kepuasan konsumen (Y)

Dari 103 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai kepuasan konsumen (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terhadap konsumen

Nomor Instrumen	Pilihan Jawaban					Jumlah Skor
	5	4	3	2	1	
1	60	16	23	4	0	441
2	44	39	12	6	2	426
3	34	40	17	11	1	404
4	10	61	18	14	0	376
5	36	39	17	11	0	409
6	30	46	14	13	0	402
7	35	38	25	5	0	412
Total						2870
Persentase						0.796

Pada variabel kepuasan konsumen (Y) dengan jumlah item pernyataan 7 butir dan jumlah responden 103 orang, diperoleh total skor sebesar 2870, maka rentang skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Kategori} = \frac{(103 \times 7 \times 5) - (103 \times 7 \times 1)}{5} = 576.8$$

4.2 Model Regresi Berganda

Dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS, didapat output hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Analisis Regresi

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	6.143	1.516	4.051	.000
	X1	.317	.071	4.439	.000
	X2	.375	.073	5.113	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan *output* di atas didapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6.143 + 0.317 X_1 + 0.375 X_2$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

$b_0 = 6.143$ artinya jika Kualitas Pelayanan, Kualitas Manufaktur bernilai nol maka Kepuasan konsumen bernilai 6.143

$b_1 = 0.317$ artinya jika Kualitas Pelayanan (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.317

$b_2 = 0.375$ artinya jika Kualitas Manufaktur (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka variabel Kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.375

4.3 Uji Goodness of Fit

Untuk mengetahui koefisien korelasi berganda SPSS didapat *output* hasil estimasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 4.8 Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.704	.698	3.03019	1.756

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai $R = 0.839$, nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat, dimana koefisien korelasi tersebut berada pada rentang 0,80 – 1.00. Setelah diketahui nilai R sebesar 0.742, selanjutnya koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0.839)^2 \times 100\% \\ &= 70.4\% \end{aligned}$$

4.4 Uji parsial (t-test)

Berikut adalah hasil pengujian secara parsial yaitu :

Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	t	Sig.
1	(Constant)	6.143	1.516	4.051	.000
	X1	.317	.071	4.439	.000
	X2	.375	.073	5.113	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan Untuk hipotesis pertama yaitu variabel Kualitas Pelayanan diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4.439 dengan t_{tabel} sebesar 1.984 sehingga karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} yaitu $4.439 > 1.984$ sehingga H_0 ditolak yang artinya bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri. Berdasarkan hasil diatas untuk hipotesis kedua yaitu variabel Kualitas Manufaktur diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5.113 dengan t_{tabel} sebesar 1.984 sehingga karena nilai $t_{hitung} >$ t_{tabel} yaitu $5.113 > 1.984$ sehingga H_0 ditolak yang artinya bahwa secara parsial variabel secara parsial variabel Kualitas Manufaktur berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri

4.5 Uji simultan (F-test)

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan SPSS 17.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10 Uji F

		ANOVA ^b				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2185.890	2	1092.945	119.030	.000 ^a
	Residual	918.207	100	9.182		
	Total	3104.097	102			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan *output* di atas didapat nilai F_{hitung} sebesar 119.030 dengan *p-value* sebesar 0.000 dengan $\alpha = 0.05$ serta derajat kebebasan $v_1 = n - (k + 1) = 103 - (2 + 1) = 100$ dan $v_2 = k = 2$, maka didapat $F_{tabel} = 3.087$. Dikarenakan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($119.030 > 3.087$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Manufaktur terhadap Kepuasan konsumen di CV. Astrindo Ghita Mandiri.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Kualitas pelayanan dan kualitas *manufaktur* yang ada di CV Astrindo Ghita Mandiri berada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 78.6% dan 70%, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dan tingkat teknik atau proses dalam membuat produk dinyatakan baik menurut responden yang kemudian berdampak pada tingkat kepuasan konsumen yang baik pula sebesar 79.6%. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Dimana besaran pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan konsumen adalah sebesar 0.3247 atau sebesar 32.47%.
2. Secara parsial variabel Kualitas *Manufaktur* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, Dimana besaran pengaruh variabel Kualitas Manufaktur (X_2) terhadap Kepuasan konsumen adalah sebesar 0.3795 atau sebesar 37.95%.
3. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas *Manufaktur* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. besarnya pengaruh menunjukkan bahwa Transparansi, Akuntabilitas memberikan pengaruh simultan sebesar 70.4% terhadap Kepuasan konsumen Sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghozali, Imam, 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [2] Oliver, Richard L., 2005, "Measurement and Evaluation of satisfaction processes in retailing" journal of retailing, vol.57 No.3, pp.25-48.
- [3] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 2007. SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. Journal of Retailing. Vol. 64 No. 1, pp. 14-40.
- [4] Singih Santoso, 2002 Mengolah Data Statistik Secara Profesional, Elex Media Komputindo, Jakarta Gujarati, Damodar, 2003, Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- [5] Hanan, Mack & Karp, Peter (1991) customer satisfaction : How to maximize, measure and market your company's Ultimate product. New York : American management association.
- [6] Stainback, Susan and William Stainback. (1988). *Understanding and Conducting Qualitative Research*. Iowa: Kendall Publishing.