



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. OUTLETZ WORLDWIDE INDONESIA

Reza Khairul Hadi¹, Sunanto², Nurmin Arianto³
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email: dosen02643@unpam.ac.id

ABSTRACT

Purpose. *The purpose of this study was to determine the effect of product quality on PT. Outletz Worldwide Indonesia Partially, to determine the effect of service quality on PT. Outletz Worldwide Indonesia Partially and to find out how much influence product quality and service quality have on customer satisfaction at PT. Simultaneous Worldwide Indonesia Outlets.*

Methods. *This research uses descriptive analysis method with quantitative method approach and validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, simple linear regression test, multiple linear regression test, correlation coefficient, coefficient of determination, t test and f test.*

Findings. *Based on the results of the study, it shows that product quality and service quality have a simultaneous positive effect on customer satisfaction. The higher the product quality and service quality, the more customer satisfaction will increase. Vice versa, if the product quality and service quality are low, customer satisfaction will also decrease. From hypothesis testing using statistical test $F_{count} > F_{table}$ or $(20.314 > 4.90)$, this is also reinforced by probability $0.000 < 0.01$. Thus H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is a positive and significant effect simultaneously between product quality and service quality on customer satisfaction. The contribution of the influence of product quality and service quality simultaneously is 34.8% while the remaining 65.2% is influenced by other factors.*

Implication. *Employees of PT Outletz Worldwide Indonesia are responsive in helping customers, therefore PT Outletz Worldwide Indonesia must further improve its services by responding faster and responding to customer complaints.*

Keywords. *Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk pada PT. Outletz Worldwide Indonesia secara Parsial, untuk mengetahui Pengaruh Kualitas pelayanan pada PT. Outletz Worldwide Indonesia Secara Parsial dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Outletz Worldwide Indonesia secara Simultan.

Metode. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan metode kuantitatif dan uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokolerasi, uji hetereoskeasitas, uji regresi linier sederhana, uji regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Hasil. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian pula sebaliknya, jika kualitas produk dan kualitas pelayanan rendah

maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami penurunan. Dari pengujian hipotesis menggunakan uji statistik F hitung $> F$ tabel atau $(20,314 > 4.90)$, hal tersebut juga diperkuat dengan probability $0.000 < 0.01$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kontribusi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan adalah sebesar 34.8% sedangkan sisanya sebesar 65.2% dipengaruhi faktor lain.

Implikasi. Pegawai PT Outletz Worldwide Indonesia tanggap dalam membantu para pelanggan, oleh karena itu PT Outletz Worldwide Indonesia harus lebih meningkatkan lagi Pelayanan nya dengan cara merespon lebih cepat lagi dan tanggap terhadap keluhan pelanggan.

Kata Kunci. Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan pelanggan.

1. Pendahuluan

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang pesat memberikan berbagai pengaruh bagi para penggunanya. Dalam pengembangannya teknologi memberikan kelebihan dan kekurangannya. Masyarakat dituntut lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi bentuk dan suatu kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan kesempatan para pemasar yang lebih luas dan efisien. Pertimbangan dunia bisnis saat ini perusahaan menggunakan internet sebagai cara untuk menjangkau pelanggan secara global, telah membawa beberapa dampak transformasional pada beberapa aspek kehidupan termasuk perkembangan dunia bisnis. Untuk dapat mempertahankan pelanggannya, Outletz harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada Pelanggan. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Menurut Kotler dan Amstrong (2014) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan Pelanggan adalah kualitas pelayanan, upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan Pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan Pelanggan (Tjiptono, 2016) Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan Pelanggan adalah kualitas jasa yaitu bukti fisik, keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan *Empathy*. Dalam perjalanannya, PT Outletz Worldwide Indonesia mengalami kendala yang berkaitan dengan kualitas produk maupun kualitas pelayanannya. Berikut data komplain yang diterima oleh perusahaan.

Tabel 1. Daftar Keluhan Produk Periode 2016-2020

No	Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020	Total
1.	Barang dikirim tidak sesuai pesanan	5	8	10	7	8	38
2.	Warna barang pesanan mudah pudar dan berbeda dengan gambar	10	9	12	8	9	48
3.	Ukuran barang tidak sesuai dengan daftar ukuran	9	7	12	10	9	47
	Jumlah keluhan	24	24	34	25	26	133

Sumber: Daftar keluhan produk PT. Outletz Worldwide Indonesia

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa terjadi banyaknya keluhan produk dari pelanggan karena warna barang yang memudar dan tidak sesuai gambar. Hal ini membuat pelanggan menjadi kecewa karena merasa hasil kualitas produk kurang memuaskan.

Tabel 2. Daftar Keluhan Pelayanan Periode 2016-2020

No	Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020	Total
1.	Pegawai kurang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan	3	5	4	6	5	23
2.	Jadwal pengiriman tidak sesuai	5	4	6	7	9	31
3.	Pengiriman salah kirim produk ke alamat pelanggan	4	5	2	3	6	20
	Jumlah keluhan	12	14	12	16	20	74

Sumber: Daftar keluhan Pelayanan PT. Outletz Worldwide Indonesia

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa terjadi banyaknya Komplain pelayanan dari pelanggan karena pegawai kurang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan pelanggan. Oleh karena itu, hal tersebut dapat juga menjadi indikasi adanya ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan PT Outletz Worldwide Indonesia Jakarta Barat.

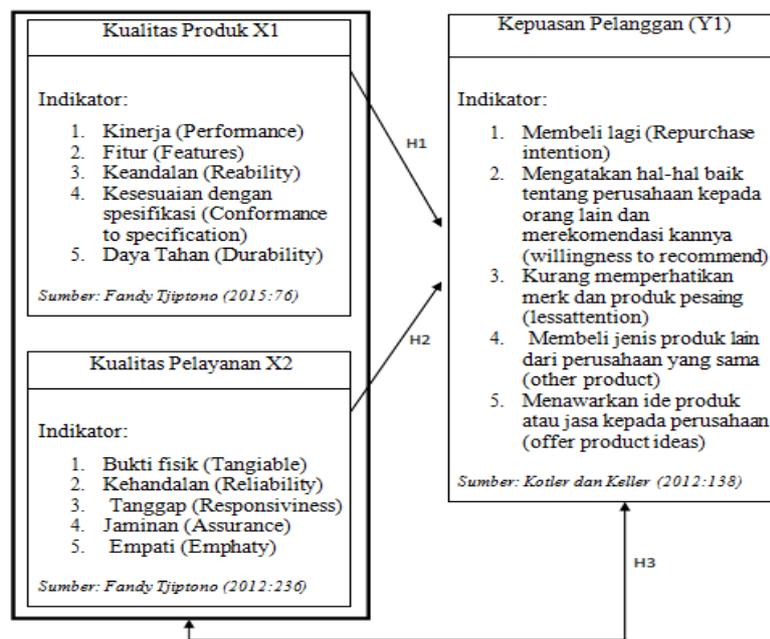
Berdasarkan uraian tersebut maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Outletz Worldwide Indonesia Jakarta Barat”**.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Kualitas Produk. Menurut Tjiptono (2016:115) mendefinisikan “Kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut Fandy Tjiptono (2015:32) mengatakan bahwa “Kualitas adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:299) berpendapat “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal”.

Kualitas Pelayanan. Menurut Laksana (2011:88) mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan merupakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka”. Tasunar (2006:44) mendefinisikan “Kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales counter* yang dilakukan oleh konsumen”. Menurut Tjiptono (2016:236) mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”.

Kepuasan Pelanggan. Tjiptono (2016:206) mendefinisikan kepuasan pelanggan yaitu “Respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk”. Selanjutnya Cadotte, Woodruff dan Jenkins dalam Tjiptono (2016:207) berpendapat “Kepuasan dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk”. Menurut Kotler dan Keller (2012:14) “Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang”.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

- H₁ : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
- H₂ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
- H₃ : Terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

3. Metode Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah PT Outletz Worldwide Indonesia yang beralamat di Jl. Hayam Wuruk 108 Jakarta Barat 11540 dengan jumlah sampel 79 responden Jenis penelitian ini menggunakan metode Asosiatif, Menurut Sugiyono (2016:89) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Produk				
1	Butir Pernyataan 1	0,46736	0,2	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,51389	0,2	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,46597	0,2	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,47917	0,2	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,48819	0,2	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,47917	0,2	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,47222	0,2	Valid
Kualitas Pelayanan				
1	Butir Pernyataan 1	0,45	0,2	Valid

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
2	Butir Pernyataan 2	0,39167	0,2	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,40903	0,2	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,52014	0,2	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,51736	0,2	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,45903	0,2	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,49653	0,2	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,43542	0,2	Valid
Kepuasan Pelanggan				
1	Butir Pernyataan 1	0,52986	0,2	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,47708	0,2	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,32917	0,2	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,43403	0,2	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,50972	0,2	Valid

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 20 butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item-item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari nilai rtabel 0,288. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	0,817	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,817	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,670	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah (2022)

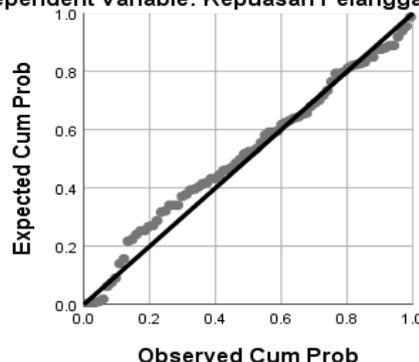
Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa Ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, tahun 2022

Gambar 2 Uji Normalitas P-P Plot

Pada gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik – titik yang menyebar disekitar grafik normal dengan titik – titik yang menyebar disekitar garis diagonal. Dengan penyebaran yang mengikuti

alur garis diagonal tersebut maka disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.114	2.100		2.911	.005		
	Kualitas Produk	.194	.056	.347	3.480	.001	.864	1.157
	Kualitas Pelayanan	.244	.066	.367	3.683	.000	.864	1.157

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data output yang diolah, 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai VIF lebih kecil dari pada 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Pengujian Autokorelasi

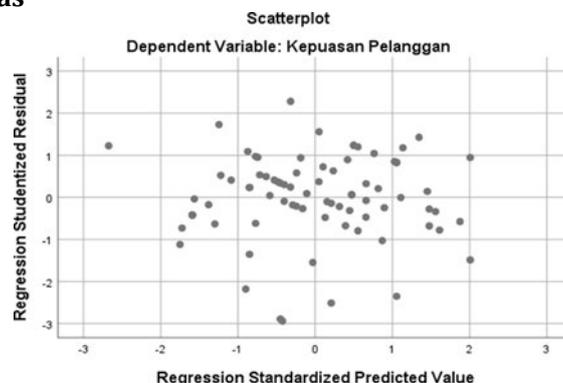
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.590 ^a	.348	.331	2.549	1.512

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data output yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin Watson sebesar 1.512 yang berada diantara 1.550 - 2.460. Dengan demikian tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data output yang diolah, 2022

Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 3 di atas menunjukkan bahwa titik-titik pada scatterplot tidak beraturan atau membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.114	2.100		2.911	.005
	Kualitas Produk	.194	.056	.347	3.480	.001
	Kualitas Pelayanan	.244	.066	.367	3.683	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 6.114 + 0.194X_1 + 0.244X_2$.

- Nilai konstanta sebesar 6.114 diartikan bahwa jika variable kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak ada atau konstan atau bernilai nol maka telah terdapat kepuasan pelanggan 6.114 point.
- Nilai 0.194 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk, maka setiap perubahan 1% pada variabel kualitas produk akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel Y sebesar 0.194 point.
- Nilai 0.244 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan, maka setiap perubahan 1% pada variabel kualitas pelayanan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variable Y sebesar 0.244 point

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.331	2.549

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

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan pada table 4.22 di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0.348 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 34.8% sedangkan sisanya sebesar 65.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.114	2.100		2.911	.005
	Kualitas Produk	.194	.056	.347	3.480	.001
	Kualitas Pelayanan	.244	.066	.367	3.683	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa $t_{hitung} 3,480 > t_{table} 2.376$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT

Outletz Worldwide Indonesia. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa t hitung $3.683 > t$ table (2.376). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Kepuasan Pelanggan Pada PT Outletz Worldwide Indonesia.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.034	2	132.017	20.314	.000 ^b
	Residual	493.915	76	6.499		
	Total	757.949	78			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan Dari tabel di atas, diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau ($20.314 > 4.90$), hal tersebut juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,01$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Outletz Worldwide Indonesia.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan selama melakukan penelitian diantaranya adalah pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga jawaban responden bersifat bias, dengan demikian untuk penelitian selanjutnya menambah metode wawancara. Jumlah variabel yang diteliti hanya dua variabel saja sehingga untuk penelitian selanjutnya agar menambah jumlah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

6. Kesimpulan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara Parsial. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari pengujian hipotesis diperoleh t hitung $> t$ tabel atau ($3,480 > 2,376$) hal ini diperkuat dengan probability $0.001 < 0.01$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Namun perhitungan R Square yang telah dilakukan hasil analisis sebesar 23.2% sedangkan sisanya 76.8% dipengaruhi oleh faktor lain. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari pengujian hipotesis diperoleh t hitung $> t$ tabel atau ($3.683 > 2.376$) hal ini diperkuat dengan probability $0.000 < 0.01$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Namun perhitungan R Square yang telah dilakukan hasil analisis sebesar 24.5% sedangkan sisanya 75.5% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan secara simultan, Semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian pula sebaliknya, jika kualitas produk dan kualitas pelayanan rendah maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami penurunan. Dari pengujian hipotesis menggunakan uji statistik F hitung $> F$ tabel atau ($20.314 > 4.90$), hal tersebut juga diperkuat dengan probability $0.000 < 0.01$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kontribusi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan adalah sebesar 34.8% sedangkan sisanya sebesar 65.2% dipengaruhi faktor lain.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, (2012), Manajemen Pemasaran ed.Ketiga. Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2011). Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Graha. Ilmu
- Sulaeman, A., Komarudin, K., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Pada PT. Kawansakti Adhisejahtera Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 1(1), 68-75.
<https://doi.org/10.32493/Arastirma.V1i1.10063>
- Tjiptono, F. (2016), Strategi Pemasaran.Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tasunar, N. (2006), Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (Ppi) Morodemak, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006,h. 41-62.