
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Fahrurrazi Fahrurrazi¹, Herni Herdiani², Ade Munhiar³, Rizki Chrisulianti⁴, Riani Winarni⁵
^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Sains Indonesia
Email : Herni2@gmail.com

Abstrak

Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap berbagai jenis transportasi, terutama sepeda motor, terus bertambah seiring dengan pertumbuhan populasi yang semakin pesat di Indonesia. Sepeda motor menjadi pilihan utama bagi mobilitas sehari-hari. Di tengah persaingan ketat dalam industri otomotif, perusahaan seperti PT. OSTBURG TRISAKTI harus mampu menjaga kualitas produk dan layanan yang ditawarkan agar tetap kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Proban Buaran Indah, Tangerang. Beberapa kendala yang ditemukan meliputi respons petugas yang kurang cepat, keramahan yang belum optimal, serta fasilitas yang masih terbatas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas di bengkel tersebut. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan menguji hipotesis melalui analisis data statistik. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih untuk menilai variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, serta kepuasan pelanggan menggunakan skala ordinal Likert. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan di PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan

Abstract

The increasing public need for various types of transportation, especially motorbikes, continues to increase in line with the increasingly rapid population growth in Indonesia. Motorbikes are the main choice for daily mobility. In the midst of intense competition in the automotive industry, companies such as PT. OSTBURG TRISAKTI must be able to maintain the quality of the products and services offered in order to remain competitive. This research aims to examine the extent to which service quality influences customer satisfaction at the Proban Buaran Indah workshop, Tangerang. Some of the obstacles found included officers responding less quickly, friendliness that was not optimal, and facilities that were still limited. It is hoped that this research can provide recommendations for increasing customer satisfaction through improving the quality of service and facilities at the workshop. This research is a type of quantitative research which aims to test hypotheses through statistical data analysis. The research sample consisted of 100 respondents who were selected to assess the variables of service quality, product quality and customer satisfaction using an ordinal Likert scale. From the research results, it was found that service and product quality has a very strong influence on customer satisfaction at PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Buaran Indah Branch.

Keywords: service quality, product quality, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) dari tahun 2019 hingga 2021, yang diperoleh dari Kepolisian Republik Indonesia, sepeda motor mencatatkan pertumbuhan unit kendaraan terbanyak di antara jenis kendaraan lainnya. Hingga 2021, tercatat sebanyak 141.992.573 unit sepeda motor digunakan oleh masyarakat (Feronika et al., 2021). Sepeda motor dipilih karena dianggap sebagai sarana transportasi yang paling efektif dan efisien untuk kegiatan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Teddy et al. dalam bukunya menjelaskan pengertian kualitas pelayanan menurut Dewanti dan Tjandra, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang terkait dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan, yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Chandra et al., 2020). Dimensi-dimensi kualitas pelayanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Peningkatan populasi di Indonesia terus mendorong tingginya permintaan akan berbagai jenis transportasi, mulai dari kendaraan pribadi hingga transportasi massal (Fatkhurrokhman, 2021). Transportasi tidak hanya menjadi sarana mobilitas, melainkan juga faktor penting dalam mendorong perekonomian, memperkuat persatuan, dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat (Suwardi, 2019).

Fenomena lain yang diamati di bengkel Buaran Indah adalah kurangnya fasilitas untuk konsumen. Hanya tersedia empat kursi, sementara rata-rata ada 5 hingga 10 pelanggan yang datang setiap hari. Ruang tunggu yang luas di area outdoor sering kali dipenuhi debu,

sehingga membuat pelanggan tidak nyaman. Tidak adanya TV di ruang tunggu juga menambah kejenuhan pelanggan saat menunggu servis kendaraan mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator yang penting bagi kesuksesan perusahaan, dan ini bisa diukur dari sejauh mana penyedia jasa mampu memenuhi kebutuhan konsumen melalui kualitas produknya (Sulistiyowati, 2018). Kualitas pelayanan memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pelanggan untuk memiliki hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi perhatian utama, karena keberhasilan kegiatan pemasaran sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen (Daga, 2017).

PT. Proban Ostburg Trisakti, atau yang lebih dikenal sebagai Proban Motopart, adalah salah satu perusahaan retail di industri otomotif yang fokus pada penjualan ban, aki, oli, dan kanvas rem sepeda motor. Salah satu cabangnya berada di Proban Buaran Indah, Kota Tangerang. Menurut kepala cabang tersebut, terjadi fluktuasi dalam pendapatan penjualan, yang dipengaruhi oleh faktor seperti kenaikan harga suku cadang. Hal ini membuat konsumen lebih memilih suku cadang murah di tempat lain. Selain itu, fenomena "musim gajian" juga memengaruhi peningkatan pembelian suku cadang dan layanan servis di toko tersebut.

Di sisi lain, kualitas produk yang ditawarkan juga memengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa konsumen lebih memilih membeli suku cadang yang lebih murah, meskipun kualitasnya tidak sebaik yang lebih mahal. Kepala toko menyatakan bahwa terkadang terjadi kesalahpahaman di kalangan konsumen mengenai harga dan kualitas,

sehingga ketika suku cadang bermasalah, mereka cenderung menyalahkan bengkel. Beberapa pelanggan memberikan testimoni bahwa produk Proban Motopart berkualitas tinggi, meskipun harganya lebih mahal.

Observasi awal di bengkel Proban Buaran Indah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum memadai. Mekanik seringkali kurang tanggap saat melayani konsumen yang datang untuk servis, bahkan terlihat sibuk dengan ponsel mereka. Keramahan dalam menawarkan produk juga dirasa kurang, sehingga banyak konsumen yang beralih ke bengkel lain. Keterampilan mekanik dalam menangani servis motor juga menjadi perhatian, karena hal ini berpotensi menurunkan kepuasan konsumen yang mempercayakan pemeliharaan kendaraannya di bengkel tersebut.

Dalam dunia otomotif, persaingan yang semakin ketat terutama terjadi pada segmen sepeda motor, karena jenis ini adalah alat transportasi darat yang paling dominan dan dibutuhkan masyarakat (Sigar et al., 2021). Untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis, perusahaan harus mampu menyediakan produk atau layanan yang berkualitas tinggi sehingga dapat menciptakan loyalitas di benak konsumen (Gea, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. Proban Ostburg Trisakti Cabang Buaran Indah, Kota Tangerang, dan memberikan rekomendasi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan.

Metode

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Proban Ostburg Trisakti Cabang Buaran Indah, Kota Tangerang, yang berlokasi di Jl. Hashim Ashari RT 001/RW 005, Buaran Indah, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten. Waktu penelitian dimulai pada bulan Juni 2023 dan berakhir pada November 2023.

Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan desain survei untuk memperoleh data dari para responden.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan Proban Motopart Cabang Buaran Indah Tangerang. Sampel diambil menggunakan teknik simple random sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 pelanggan yang melakukan pembelian suku cadang motor atau servis sepeda motor.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara online menggunakan Google Form. Hasil data tersebut kemudian dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25.

Hasil dan Pembahasan Profil Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Wanita	46
2	Pria	54
Jumlah		100

Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh lelaki sebagaimana ditunjukkan Tabel

4.1. Menurut kepala toko Proban Motopart Cabang Buaran Indah, pria lebih dominan untuk melakukan service atau pembelian sparepart dikarenakan sudah menjadi kebiasaan umum bahwa pria lebih apik dalam merawat sepeda motor.

ban yang terpercaya oleh masyarakat di Indonesia. Data iui memberikam gambaran tentang keperluan konsumen terhadap kunjungannya ke bengkel.

TABEL 4.2

KATEGORI MOTOR

No	Kategori Motor	Jumlah
1	Motor Bebek	31
2	Motor Matic	58
3	Motor Sport	11
Total Jumlah		100

Berdasarkan tabel 4.2. diatas, motor matic merupakan kategori motor yang paling berlanggan di Proban Motopart. Menurut kepala mekanik Proban Motopart Cabang Buaran Indah, motor matic merupakn motor yang paling banyak digunakan oleh warga sekitar, dikarenakan kemudahan dalam mengoperasikan.

TABEL 4.3

KATEGORI LANGGANAN

No	Kategori Langganan	Jumlah
1	Pembelian Ban Motor	58
2	Pembelian Sparepart	46
3	Service Motor	52

Berdasarkan table 3. diatas, pelanggan Proban Motopart Cabang Buaran Indah Kota Tangerang memiliki 3 kategori langganan yaitu pembelian ban motor, pembelian sparepart dan service motor. Menurut staff administrasi, pelanggan terkadang melakukan beberapa kategori langganan dalam satu kunjungan. Pembelian Ban motor merupakan ketgori langganan terbanyak dikarenakan popularitas produk

UJI VALIDITAS

TABEL 5

HASIL UJI VALIDITAS

Indikator	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X1_1	0,195	0,589	VALID
X1_2	0,195	0,541	VALID
X1_3	0,195	0,588	VALID
X1_4	0,195	0,588	VALID
X1_5	0,195	0,662	VALID
X1_6	0,195	0,611	VALID
X1_7	0,195	0,535	VALID
X1_8	0,195	0,504	VALID
X1_9	0,195	0,654	VALID
X1_10	0,195	0,542	VALID
X1_11	0,195	0,606	VALID
X1_12	0,195	0,626	VALID
X1_13	0,195	0,646	VALID
X1_14	0,195	0,666	VALID
X1_15	0,195	0,686	VALID
X1_16	0,195	0,553	VALID
X1_17	0,195	0,54	VALID
X1_18	0,195	0,645	VALID
X1_19	0,195	0,524	VALID
X1_20	0,195	0,664	VALID
X2_1	0,195	0,611	VALID
X2_2	0,195	0,672	VALID

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada kuisioner penelitian dengan menggunakan IBM SPSS 25, semua indikator dinyatakan valid, dibuktikan dengan nilai Rhitung yang lebih besar daripada Rtabel.

UJI REALIBILITAS

TABEL 6

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,875	Realiabel
Kualitas Produk (X2)	0,916	Realiabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,878	Realiabel

Berdasarkan uji realibilitas menggunakan IBM SPSS 25, dibuktikan dengan nilai Cronbach Alpha setiap variabel, maka dinyatakan reliabel untuk digunakan sebagai tolak ukur pada variabel- variabel dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

TABEL 7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^a	Mean	0,000000
	Std. Deviation ^b	2,69153183

Most Extreme Differences	Absolute	0,092
	Positive	0,070
	Negative	-0,092
Test Statistic		0,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0,296
Point Probability		0,000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,296 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga memungkinkan untuk dilakukan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Hasil uji multikolinearitas menggunakan IBM SPSS 25 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,266 yang berada diatas nilai 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 3,766 yang berada dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan IBM SPSS 25, variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,185. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikansi disiplin kerja lebih besar dari 0,05 atau $0,185 > 0,05$. Kemudian, variabel kualitas produk (X2) nilai signifikansinya sebesar 0,615. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai signifikansi efikasi diri lebih besar dari 0,05 atau $0,615 > 0,05$. Dari

penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

ANALISIS KORELASI

Berdasarkan hasil analisa dengan uji *Correlation Pearson's* nilai korelasi (hubungan) kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar $r = 0,875$ yang berada diantara rentang nilai 0,80 - 1,000. Nilai tersebut menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat. Semakin kualitas pelayanan meningkat, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Adapun, nilai korelasi kualitas produk (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $r = 0,881$ yang berada diantara rentang nilai 0,80 - 1,000. Nilai tersebut menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dan sangat kuat. Jika kualitas produk kerja menurun, maka kepuasan pelanggan juga akan ikut menurun.

KOEFISIEN DETERMINASI

Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan IBM SPSS 25, diketahui nilai R Square sebesar 0,906 yang artinya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 90.6% sedangkan sisanya sebesar 9.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Berdasarkan hasil Analisa data menggunakan IBM SPSS 25, diperoleh persamaan $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$. Maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 3.621 + 0,596 X_1 - 0,725 X_2$.

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan
X1 : Kualitas Pelayanan
X2 : Kualitas Produk

Persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut;

Konstanta (a) memiliki nilai sebesar 3.621, menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) tidak ada kenaikan atau sama dengan nilai 0, maka besarnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 3.621.

1. Nilai koefisien regresi variabel (X1) adalah sebesar 0,596 dan bertanda positif yang artinya apabila disiplin kinerja ditingkatkan sebesar 1% dengan asumsi nilai konstan dan variabel lain dianggap tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan terhadap (Y) sebesar 0,596.
2. Nilai koefisien regresi variabel (X2) adalah sebesar 0,725 dan bertanda positif yang artinya apabila motivasi kerja ditingkatkan sebesar 1% dengan asumsi nilai konstan dan variabel lain dianggap tetap, maka akan mengakibatkan peningkatan terhadap (Y) sebesar 0,725.

UJI HIPOTESIS

UJI T

Berdasarkan pengolahan data menggunakan IBM SPSS 25 diketahui Kualitas Pelayanan (X) memiliki nilai t hitung sebesar 7,360 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.66071) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari probabilitas 0,05, yang artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial.

Selain itu, kualitas produk (X2) juga memiliki nilai t hitung sebesar 6,363 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.66071) yang

artinya bahwa variabel (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y secara parsial.

UJI F

Hipotesis yang diuji dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis nol (H0): Tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Hipotesis alternatif (H1): Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan analisa data menggunakan IBM SPSS 25, F hitung memiliki nilai sebesar 257.311 yang lebih besar daripada nilai F tabel yaitu 3.939.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah Kota Tangerang, dapat diambil beberapa kesimpulan penting.

Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai korelasi sebesar 0,875 atau 88,75%. Hal ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kualitas pelayanan di PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai korelasi sebesar 0,881 atau 88,1%. Hal ini menegaskan

pentingnya memastikan produk-produk yang disediakan oleh PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI memiliki standar kualitas tinggi untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk memiliki pengaruh paling kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai korelasi mencapai 1 atau 100%. Ini menunjukkan bahwa harmonisasi antara pelayanan yang berkualitas dan produk yang unggul menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan dengan hasil penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PROBAN OSTBURG TRISAKTI Cabang Buaran Indah Kota Tangerang, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, yaitu :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan oleh mengadakan pelatihan-pelatihan untuk karyawan agar dapat meningkatkan efisiensi dan konsistensi pelayanan jasa service sepeda motor.
2. Menambah fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan terhadap pelanggan yang berkunjung ke bengkel.
3. Mengumpulkan umpan balik pelanggan secara rutin untuk memahami apakah kualitas pelayanan terus memenuhi harapan pelanggan melalui Survei kepuasan pelanggan dan evaluasi secara berkala sehingga membantu dalam menilai kinerja perusahaan dan menyesuaikan strategi pelayanan.
4. Memberikan penghargaan kepada pelanggan setia dan menghargai kesetiaan pelanggan seperti program membership, diskon khusus, atau hadiah pelanggan

untuk menunjukkan apresiasi terhadap pelanggan.

5. Melakukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan menguji variabel-variabel lain seperti yang mungkin berkontribusi terhadap kualitas pelayanan guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan mengembangkan strategi manajemen yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PROBAN MOTOPART.

Daftar Pustaka

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In CV IRDH. CV IRDH.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Sulistiyowati, W. (2018). *BUKU AJAR KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA* (S. B. Sartika & M. T. Multazam (eds.)). UMSIDA Press.
- Fatkhurrohman, T. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Wijayakusuma. *Manajemen Dewantara*, 5(1), 26–33. H
- Feronika, F., Gunadarma, U., Ratnasari, Y., Gunadarma, U., Prabowo, H., & Gunadarma, U. (2021). *Keselamatan Berkendara Sepeda Motor*. November, 4–6.
- Gea, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 893–899.

Sigar, K. J., Areros, W. A., & Areros, W. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Motor (Studi Kasus Pada Nusantara Surya Sakti). *Jurnal Productivity*, 2(7), 2021.

Suwardi. (2019). Kajian Sarana Transportasi Umum Sebagai Jaminan. *E-Journal Program Studi Ilmu Hukum*, 6(1), 68–83.