



---

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Multiguna Trust di Wilayah PLN UP3 Samarinda**

---

### **INFO PENULIS**

Rizka Unairirosi  
Univeristas Kristen Indonesia Paulus  
[rizkaunairirosi10@gmail.com](mailto:rizkaunairirosi10@gmail.com)

Amir Jaya  
Univeristas Kristen Indonesia Paulus

Jerliyen Pramita Londing  
Univeristas Kristen Indonesia Paulus

### **INFO ARTIKEL**

ISSN: 2808-1307

Vol. 4, No. 2, Agustus 2024

<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

---

© 2024 Arden Jaya Publisher All rights reserved

---

### ***Saran Penulisan Referensi:***

Unairirosi, R., Jaya, A., & Londing, J. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Multiguna Trust di Wilayah PLN UP3 Samarinda. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4 (2), 876-883.

### **Abstrak**

Tindakan efisiensi ini harus mempertimbangkan kualitas barang atau jasa yang dihasilkan. Efisiensi sangat berpengaruh dalam menekan biaya, sehingga harga produk dan jasa dapat dijangkau oleh konsumen. Konsumen adalah elemen yang sangat penting dan berpengaruh dalam perkembangan perusahaan yang maju. Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran kebaikan suatu produk atau jasa. Persepsi terhadap kualitas mencerminkan perasaan konsumen yang secara menyeluruh. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis sebelumnya dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis dan menjelaskan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian explanatory dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah para pelanggan yang sebelumnya pernah atau sudah melakukan pembelian produk Multiguna Trust pada PLN di Wilayah UP3 Samarinda periode 2023. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 30 orang. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa, variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil Penelitian kedua, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

### Abstract

These efficiency measures must consider the quality of the goods or services produced. Efficiency is very influential in reducing costs, so that the prices of products and services can be reached by consumers. Consumers are a very important and influential element in the development of advanced companies. The concept of quality is often considered as a measure of the goodness of a product or service. Perceptions of quality reflect consumers' overall feelings. Based on the background explained by the author previously and formulating the problem, the aim of this research is to analyze and explain product quality as having an influence on customer satisfaction, analyzing and explaining service quality as having an influence on customer satisfaction. The type of research used in this research is explanatory research with a quantitative approach. The population of the research that will be carried out are customers who have previously purchased or have purchased Multipurpose Trust products from PLN in the UP3 Samarinda area for the period 2023. The total population for this research is 30 people. Based on the research results, it was found that the Product Quality variable has a significant effect on Customer Satisfaction. The results of the second research show that the Service Quality variable has a significant effect on Customer Satisfaction.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction.

### A. Pendahuluan

Situasi persaingan yang semakin ketat, kualitas produk menjadi semakin penting bagi kemajuan perusahaan dalam menarik konsumen. Perusahaan yang ingin berkembang dan maju harus melakukan tindakan yang efisien. Tindakan efisiensi ini harus mempertimbangkan kualitas barang atau jasa yang dihasilkan. Efisiensi sangat berpengaruh dalam menekan biaya, sehingga harga produk dan jasa dapat dijangkau oleh konsumen. Konsumen adalah elemen yang sangat penting dan berpengaruh dalam perkembangan perusahaan yang maju.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus selalu menjaga kualitas produknya, menciptakan produk baru yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain yang sejenis.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) kualitas produk adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan (berpusat pada konsumen). Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang dipersepsi konsumen. Apabila kinerja dari suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas produk yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut West, dkk dalam (Setiawan, 2013) kualitas suatu produk makanan atau minuman dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu penampilan produk, porsi produk, temperatur, aroma, tingkat kematangan, rasa, bentuk, warna, dan tekstur. Jika suatu produk memenuhi indikator tersebut dengan baik maka kualitas produk tersebut bisa dikatakan bagus.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji Perusahaan.

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran kebaikan suatu produk atau jasa. Persepsi terhadap kualitas mencerminkan perasaan konsumen yang secara menyeluruh. Permasalahan utama yang dituntut oleh masyarakat saat ini adalah peningkatan kinerja pegawai pada PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang semakin dibutuhkan termaksud peningkatan jasa pelayanan kepada masyarakat. Pelanggan yang membutuhkan pelayanan agar mendapat kepuasan yang diinginkan.

Implementasi program di PLN UP3 Samarinda menunjukkan hasil yang positif dengan total penjualan multiguna sd September 2023 sebesar 4.581.584 kWh. Closing negotiation pelanggan < 197 kVA dengan total penjualan sebesar 547.832 kWh dan >197 kVA dengan total penjualan sebesar 1.773.119 kWh. Penjualan multiguna PLN UP3 Samarinda pada tahun 2023

menunjukkan peningkatan signifikan, yaitu sebesar 113,34% jika dibandingkan dengan tahun 2022. Program ini diharapkan menciptakan potensi pasar baru dan meningkatkan reputasi PLN di wilayah UP3 Samarinda.

Pelanggan yang puas atas pelayanan yang diterima akan memberikan kepercayaan atau pemikiran yang baik terhadap PT. PLN (Persero). Di Indonesia PT. PLN merupakan salah satu BUMN yang memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat baik masyarakat kalangan bawah sampai kalangan atas. PT. PLN (Persero) di Indonesia sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis sebelumnya dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta menganalisis dan menjelaskan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **B. Metodologi**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. (Singarimbun, 2008) menyebutkan bahwa jenis penelitian *explanatory* digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis, maka penelitian ini disebut sebagai jenis penelitian *explanatory*. Populasi dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah para pelanggan yang sebelumnya pernah atau sudah melakukan pembelian produk Multiguna Trust pada PLN di Wilayah UP3 Samarinda periode 2023. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 30 orang. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Penulis memilih sampel menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Pada penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 30 orang. Untuk memperoleh data yang akurat dan komprehensif, maka penulis mendapatkan data dan informasi berbagai sumber data yaitu primer dan sekunder.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Moleong & Edisi, 2004). Indikator dan butir item pada Kualitas Produk mengacu penelitian (Garvin, 1988) yang terdiri dari 5 item pernyataan. Indikator dan butir item pada variabel Kualitas Pelayanan mengacu penelitian (Berry, 1988) yang terdiri dari 5 item pernyataan. Indikator dan butir item pada variabel Kepuasan Pelanggan mengacu penelitian (Meithiana, 2019) yang terdiri dari 3 item pernyataan. Analisis data yang dilakukan ini dengan menggunakan alat bantu yaitu program *SPSS for windows 21.0*. Langkah pertama yaitu menggabungkan data-data yang berhubungan dengan penelitian. Kemudian dilakukan analisis regresi linier berganda untuk tujuan dapat mengetahui apa pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana adanya dan menarik sebuah kesimpulan (Moleong & Edisi, 2004). Menurut (Sujoko et al., 2008) uji regresi linier berganda adalah dimana peneliti dapat memperdiksi nilai dari satu variabel dependen (Y) berdasarkan nilai dari dua variabel independen (X) yang mempengaruhi.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **Deskripsi Responden**

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan terhadap 30 responden pada pelanggan yang melakukan pembelian produk dan pembelian secara berulang pada produk Multiguna Trust Di Wilayah PLN UP3 Samarinda selama periode tahun 2023 melalui penyebaran kuisisioner secara online. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa dari 30 orang responden. Berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 18 orang responden dengan persentase 60%. Responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 12 orang dengan persentase 40%.

Tabel 1 Distribusi Umur Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
18 - 22 Tahun	0	0.00
23 - 27 Tahun	2	6,66
28 - 32 Tahun	6	20
33 - 37 Tahun	12	40
38 - 42 Tahun	2	6,67
43 - 47 Tahun	5	16,67
48 - 52 Tahun	3	10
> 53 Tahun	0	0.00
Jumlah	30	100

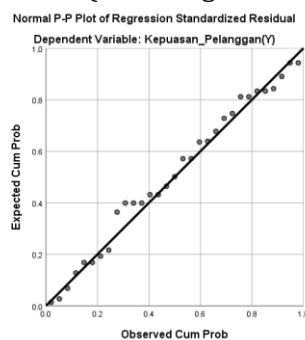
Sumber : Data Primer diolah

Responden yang berumur 23 sampai 27 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 6,66%. Responden dengan umur 28 sampai 32 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 20%. Responden dengan umur 33 sampai 37 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 40%. Responden dengan umur 38 sampai 42 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Responden dengan umur 43 sampai 47 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 16,67 %. Responden dengan umur 48 sampai 52 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 10 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki umur 33-37 tahun. Responden dengan jumlah paling sedikit adalah dengan umur 18-22 tahun dan responden dengan umur >53 tahun.

Bedasarkan hasil analisis tabel diatas telah menunjukkan bahwa, secara keseluruhan responden penelitian yang merespon pada *item* variabel kualitas produk menyatakan sangat setuju. Nilai rata-rata keseluruhan jawaban *item* kuesioner ini sebesar 4,36. Bedasarkan hasil analisis tabel diatas telah menunjukkan bahwa, secara keseluruhan responden penelitian yang merespon pada *item* variabel kualitas pelayanan menyatakan sangat setuju. Nilai rata-rata keseluruhan jawaban *item* kuesioner ini sebesar 4,24. Bedasarkan hasil analisis tabel diatas telah menunjukkan bahwa, secara keseluruhan responden penelitian yang merespon pada *item* variabel kepuasan pelanggan menyatakan sangat setuju. Nilai rata-rata keseluruhan jawaban *item* kuesioner ini sebesar 4,22.

### Uji Instrumen Penelitian dan Uji Asumsi Klasik

Sebanyak 30 responden pada tahap pengujian validitas telah menunjukkan keseluruhan item penelitian memiliki nilai  $r$  lebih dari  $\geq 0,30$ . Menurut (Bambang & Nur, 2009) valid atau tidaknya instrumen dapat diketahui dari koefisien korelasi. *product moment* menunjukkan  $r \geq 0,30$ . Sebanyak 30 responden pada tahap pengujian keseluruhan item penelitian memiliki nilai alpha cronbach lebih dari 0,6. Nilai alpha cronbach lebih besar dari 0.6 maka hal tersebut dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya, jika nilai alpha cronbach lebih kecil dari 0.6 maka hal tersebut tidak reliabel (Bambang & Nur, 2009).



Gambar 1 P-P Plot

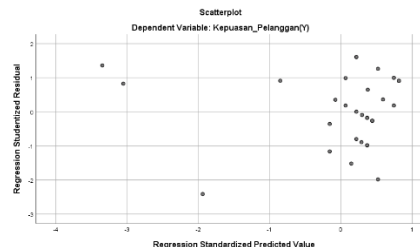
Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik – titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0.999	1.001
X2	0.999	1.001

Sumber: Data primer diolah

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Melalui terpenuhinya seluruh uji instrumen penelitian di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat.

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengolahan data menggunakan bantuan *SPSS 20.00*. Berdasarkan hasil olah data didapat model regresi seperti pada Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3 Persamaan Hasil Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.676	2.482		0.272	0.788
Kualitas Produk X1	.330	.055	.719	5.960	.000
Kualitas Pelayanan X2	.224	.103	.261	2.167	.039

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan pada Tabel 5.7 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut.  $Y = 0,676 + 0,330 X_1 + 0,224 X_2$ . Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- Konstanta sebesar 0,676, Artinya jika variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan konstan atau sama dengan nol, maka Loyalitas Pelanggan akan konstan sebesar 0,676 satuan.
- $b_1 = 0,330$ , artinya loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,330 satuan untuk setiap tambahan satu satuan  $X_1$  (Kualitas Produk). Jadi apabila kualitas produk mengalami peningkatan 1 satuan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,330 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- $b_2 = 0,312$ , Loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,224 satuan untuk setiap tambahan satu satuan  $X_2$  (Kualitas Pelayanan), Jadi apabila Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0,224 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan. Berdasarkan interpretasi di atas dapat diketahui bahwa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan meningkat maka akan diikuti peningkatan Kepuasan Pelanggan.

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

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan (Y)). Peneliti menggunakan perhitungan nilai R<sup>2</sup>. Perhitungan R<sup>2</sup> dihitung berdasarkan olah data peneliti. Penjelasan mengenai nilai R<sup>2</sup> seperti dalam Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 4 Koefisien Korelasi dan Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.770	0.593	0.564

Sumber : Data primer diolah

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4 diperoleh hasil adjusted R (koefisien determinasi) sebesar 0,564. Artinya bahwa 56,4% variabel Kepuasan Pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Sedangkan sisanya 43,6% variabel Loyalitas Pelanggan (Y) akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi juga didapat melalui perhitungan koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Pelanggan. nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.770. Nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan Loyalitas Pelanggan termasuk dalam kategori sedang karena berada pada diatas 0,6.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Penjelasan lebih detailnya mengenai pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jika nilai probabilitas > 0,05, maka variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Jika nilai probabilitas < 0,05, maka variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5 Hasil Uji t / Parsial

Variabel Terikat	Variabel bebas	t hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	X1	5.960	2.051	.000	Signifikan
	X2	2.167	2.051	.039	Signifikan

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 5 telah menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki hubungan yang signifikan. Penjelasan adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa, variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

### Pembahasan

#### Varibel Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa, variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya Kualitas Produk dapat berpengaruh dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan PLN UP3 Samarinda sebanyak 30 orang. Menurut hasil penelitian, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Setyo, 2016), yang dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen "Best Autoworks", (Oktari, 2019), yang dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Suhairi, 2019), yang dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial maupun simultan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, (Susanti, 2020), yang dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh

secara signifikan terhadap kepuasan. (Efendi & Azizah, 2019), yang dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **Varibel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya Kualitas Pelayanan yang telah dilakukan LN UP3 Samarinda dapat berpengaruh signifikan pada Loyalitas Pelanggan sebanyak 30 orang. Hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Faizah et al., 2013) dengan judul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang", yang hasilnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran O-Mamamia Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Muhtarom & Hasiholan, 2015) dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan SBC Semarang", yang hasilnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan SBC Semarang

#### **D. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier dapat disimpulkan sebagai berikut. Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa, variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya Kualitas Produk Multiguna Trust Di Wilayah PLN UP3 Samarinda dapat berpengaruh dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya Kualitas Pelayanan yang telah dilakukan PLN UP3 Samarinda dapat berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan sebanyak 30 orang pada pengguna produk Produk Multiguna Trust. Adapun saran yang diberikan mengenai hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu produk dan Kualitas Pelayanan. Karena kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut diantaranya yaitu dengan meningkatkan faktor penunjang seperti, lebih membeirkan arahan maupun pengetahuan kepada pegawai yang belum menguasai pengetahuan dan keterampilan untuk menangani masalah pelanggan. Agar kedepannya pelanggan PLN UP3 Samarinda akan semakin puas kepada perusahaan tersebut. Mengingat variabel bebas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang ada. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti Harga, Diskon dan Inovasi dalam melakukan sebuah penelitian yang sama-sama menguji perusahaan sejenis PLN.

#### **E. Referensi**

- Bambang, I. D., & Nur, I. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: Bpfe.
- Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Efendi, J., & Azizah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Fanny Textile Jakarta. *Jurnal Mitra Manajemen*, 10(2).
- Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran o-mamamia steak and ice cream cabang jati semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2).
- Garvin, D. A. (1988). *Managing quality: The strategic and competitive edge*. Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran (Vol. 1, Issue 2)*. Jilid.

- Meithiana, I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Moleong, L. J., & Edisi, P. (2004). Metodologi penelitian. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 3(01).
- Muhtarom, M., & Hasiholan, L. B. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SBC Semarang. *Journal of Management*, 1(1).
- Oktari, R. N. (2019). Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(3), 196–203.
- Setiawan, M. F. (2013). Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Setyo, P. E. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen "best autoworks." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Singarimbun, M. (2008). Metode Penelitian Survei (M. Singarimbun & S. Effendi (eds.). Pustaka LP3ES.
- Suhairi, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Honda Autobest Bandung. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2539–2548.
- Sujoko, E., Stevanus, H. D., & Yuliawati, T. (2008). Metode Penelitian Akuntansi: Mengungkap fenomena dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanti, N. (2020). Pengaruh kualitas produk, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada resto betri kecamatan siman kabupaten ponorogo. IAIN Ponorogo.