

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MITRA ADI PERKASA MEDAN**

**Debora Tambunan**

Dosen Program Studi Akuntansi, STIE Mahkota Tricom Unggul

*email: tdebora64@gmail.com*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan yang berjumlah 30 orang sedangkan teknik penentuan sampel dengan sampel jenuh yang berarti populasi semua dapat dijadikan sampel penelitian yang berjumlah 30 orang.

Pendekatan penelitian adalah asosiatif dengan alat analisis regresi linier berganda, pengujian dilakukan dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi yaitu  $Y = 2.902 + 0,605X_1 + 0,289X_2 + 0,136X_3$  Sedangkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan harga berpengaruh negatif. Sedangkan uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan***

### **PENDAHULUAN**

PT. Mitra Adi Perkasa adalah distributor untuk peralatan olah raga. Mulai dari pakaian, sepatu, tas, hingga peralatan yang lainnya. PT. Mitra Adi Perkasa dituntut untuk terus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena konsumen selalu banyak tawaran mulai dari kualitas produk, harga maupun kualitas pelayanan dari para pesaing. Kepuasan yang akan diciptakan oleh PT. Mitra Adi Perkasa yakni dengan memperhatikan ketiga faktor di atas.

Kepuasan seorang pelanggan ini diharapkan agar pelanggan tidak hanya menjadi seorang pelanggan melainkan dapat menjadi mitra bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari banyak atau tidaknya keluhan yang dirasakan oleh para pelanggan. Keluhan ini yang menjadikan dasar atau cerminan sejauh mana rasa kepuasan pelanggan dapat terciptakan. Pelanggan yang banyak mengirimkan saran maupun keluhan kepada perusahaan bukan berarti perusahaan harus menolak melayani pelanggan tersebut melainkan perusahaan harus melihat sejauh mana kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan tersebut. Jika terjadi suatu kejanggalan maka hal ini dapat dijadikan evaluasi perusahaan di kemudian harinya.

Dalam kualitas pelayanan dapat dilihat dari beberapa aspek dimensi kualitas. Pada bukti fisik banyak terdapat keluhan yang terjadi seperti ada beberapa lokasi penempatan barang yang tidak sesuai dengan produk yang dijual. Lalu pada aspek daya tanggap yang dimana terdapat karyawan perusahaan yang memiliki keterampilan yang kurang dalam melayani

kebutuhan pelanggan. Selain itu dari aspek kehandalan yakni karyawan perusahaan terkadang selalu salah dalam memberikan pelayanan kepada setiap keluhan pelanggan. Dari aspek jaminan yakni karyawan yang kurang sabar dalam mendengarkan segala keluhan yang dirasakan oleh pelanggan serta empati yakni karyawan perusahaan selalu kurang perhatian dengan keluhan pelanggan. Sedangkan dari aspek kualitas produk konsumen sering mengeluh kualitas produk yang sering tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Misalnya kualitas sepatu, sering konsumen mengeluhkan kualitas produknya dimana sepatu yang telah dibelinya sering rusak seperti renggang alas kakinya atau lekang dari tapak sepatunya. Berikut ini adalah daftar keluhan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan Periode Januari 2014-Desember 2014.

**Tabel 1. Daftar Keluhan Pelanggan Periode Januari 2014 – Desember 2014**

Bulan	Jumlah Keluhan	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Harga
Januari	74	32	14	28
Februari	83	52	23	28
Maret	98	46	24	28
April	10	39	29	37
Mei	11	72	16	25
Juni	12	62	47	19
Juli	13	70	42	20
Agustus	13	68	52	15
September	14	74	46	21
Oktober	14	80	39	25
Nopember	15	79	42	33
Desember	16	86	38	44

Sumber: Data Jumlah Keluhan Konsumen PT. Mitra Adi Perkasi Medan tahun 2014

Berdasarkan data keluhan pelanggan di atas menunjukkan bahwa jumlah keluhan bertambah dengan signifikan dimana pada bulan Januari terdapat 74 keluhan pelanggan hingga pada akhir desember bertambah menjadi 168 keluhan. Hal ini menunjukkan bertambahannya sebesar 94 keluhan atau (28%).

## KAJIAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Bagi perusahaan yang bergerak pada perusahaan dagang dituntut untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada pelanggan. Hal ini karena kualitas pelayanan merupakan cerminan sejauh mana perusahaan telah menciptakan citra positif dibenak pelanggan. Menurut Kotler di dalam Laksana (2008:85): “Pelayanan atau jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan aktivitas yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Jasfar (2005:17):“Jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *tangible* (tidak berwujud fisik),

konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.” Menurut Zeithsmlet.al di dalam Daryanto (2011:237): “Jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.”

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler (2008: 4): “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat property, organisasi, informasi dan ide”. Menurut Laksana (2008:67): “Produk adalah segala sesuatu yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya”. Selain itu menurut Daryanto (2011:49): “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli dan dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”.

### **Harga**

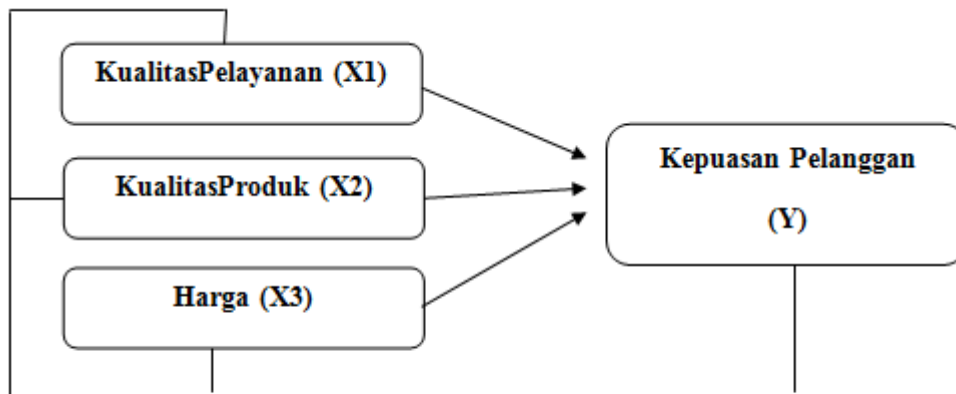
Menurut Daryanto (2011:57): “Harga jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk”. Kemudian menurut Tjiptono (2008:465): “Harga adalah sebagian jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek alin (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk”. Sedangkan menurut Kotler (2008:3): “Harga adalah elemen kunci dalam penawaran pasar.pemimpin pasar biasanya menawarkan produk dan jasa bermutu tinggi yang memberikan nilai pelanggan yang paling unggul”.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2008:169): ”Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi prapembelian”. Sedangkan menurut Oliver di dalam Supranti (2006:233): mendefinisikan “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Dan menurut Garpersz di dalam Laksana (2008:96):”Kepuasan yaitu sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan dan keinginan dengan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi”.

### **Kerangka Pemikiran Teoritis**

Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat perlu ditingkatkan dari waktu ke waktu. Maka dalam hal ini perusahaan dituntut cepat merespon dengan perubahan yang terjadi baik pada diri konsumen maupun lingkungan sekitarnya. Banyak faktor yang mempengaruhi dari kepuasan pelangggan yaitu, secara internal dan eksternal yang terjadi di perusahaan. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat dari gambar di bawah ini:



**Gambar II.2**  
**Kerangka Berfikir**

### Hipotesis

Berdasarkan pemaparan landasan teoritis serta kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian adalah :

1. Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
 Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.  
 H0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan  
 Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.  
 H0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
3. Hipotesis Kualitas Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
 Ha : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.  
 H0 : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan
4. Hipotesis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
 Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.  
 H0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal (*causal*), Umar (2008:35) menyebutkan desain kausal berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain, dan juga berguna pada penelitian yang bersifat eksperimen dimana variabel independennya diperlakukan secara terkendali oleh peneliti untuk melihat dampaknya pada variabel dependennya secara langsung.

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor PT. Pelabuhan Indonesia I (PERSERO) Cabang Belawan yang beralamat di Jalan. Kapten R. Sulian No. I Belawan 20411. Waktu penelitian dimulai dari penelitian sejak bulan Mei 2015 sampai dengan Agustus 2015.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan yang berjumlah 30 responden. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel secara *Non probability Sampling* dengan cara *Total Sampling*. Dengan teknik penentuan sampel bagi responden yang kebetulan ditemui oleh peneliti pada saat pengumpulan data. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan teknik sampel jenuh yang merupakan seluruh populasi dapat dijadikan sampel mengingat bahwa jumlah populasi yang tidak diketahui. Jadi sampel dalam penelitian ini yakni berjumlah 30 responden.

### **Sumber Data**

Sumber data merupakan sumber asal dari data itu diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Menurut Supranto (2006:239) data primer dan data sekunder.

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui angket, wawancara dan observasi.
2. Data Sekunder, yaitu data-data yang mendukung data primer, yang diperoleh dari peraturan-peraturan dan dokumen yang berkaitan dengan hal-hal yang diteliti.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun dalam memperoleh data-data, informasi dan keterangan peneliti melakukannya dengan cara sebagai berikut :

1. *Interview*, yaitu data-data yang dikumpulkan diperoleh dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan obyek penelitian.
2. Observasi, yaitu data-data yang dikumpulkan diperoleh dari hasil pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan dilapangan.
3. Angket, yaitu teknik pengumpulan data dengan membuat suatu daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti kepada pegawai.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arlina (2009), Erlangga (2012) dan Albertus (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji parsial (uji t) dimana nilai nilai signifikansinya untuk variabel kualitas pelayanan (0,006) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t \text{ hitung} = 3,019$  ( $n-k=30-4=26$ )  $>$   $t \text{ tabel } 1,70562$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arlina (2009), Erlangga (2012) dan Albertus (2012) yang menyatakan bahwa kualitas

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji parsial (uji t) dimana nilai signifikansinya untuk variabel kualitas produk sebesar 0,059 lebih besar dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 1,977 > t_{tabel} 1,70562$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_a$ , dan menolak  $H_0$  untuk variabel kualitas produk. Dengan demikian, secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arlina (2009), Erlangga (2012) dan Albertus (2012) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji parsial (uji t) dimana nilai signifikansinya untuk variabel harga sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 1,827 > t_{tabel} 1,70562$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_a$ , dan menolak  $H_0$  untuk variabel harga. Dengan demikian, secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisa data diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji analisis regresi berganda yang menunjukkan nilai  $Y = 2.902 + 0,605X_1 + 0,289X_2 + 0,136X_3$ . Sehingga hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel kualitas pelayanan, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan. Uji simultan (uji F) juga menunjukkan nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai F  $t_{hitung} = 37,404 > F_{tabel} 2,98$  ( $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ ) sedangkan ( $df_2 = n - k$  ( $n - k = 30 - 4 = 26$ )). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa. Hal ini berarti menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ .

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikansinya untuk variabel kualitas pelayanan (0,006) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 3,019$  ( $n - k = 30 - 4 = 26$ )  $> t_{tabel} 1,70562$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.

2. Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikansinya untuk variabel kualitas produk sebesar 0,059 lebih besar dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 1,977 > t_{tabel} 1,70562$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_a$ , dan menolak  $H_0$  untuk variabel kualitas produk. Dengan demikian, secara parsial kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai signifikansinya untuk harga 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05)  $t_{hitung} = 1,827 > t_{tabel} 1,70562$ . Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima  $H_a$ , dan menolak  $H_0$  untuk variabel harga. Dengan demikian, secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa Medan.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji simultan (Uji F) nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai F hitung = 37,404 > F tabel 2,98 ( $df_1=k-1=4-1=3$ ) sedangkan ( $df_2 = n - k$  ( $n-k=30-4=26$ )). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi Perkasa. Hal ini berarti menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ .

### Saran

1. PT. Mitra Adi Perkasa Medan sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk serta memberikan harga yang kompetitif atau bersaing agar kepuasan pelanggan tetap terus terciptakan. Karena ketiga variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Adi perkasa Medan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Albertus Ferry Rostya Adi. *Pengaruh, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelangga*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 2012.
- Arlina dan Martin. *Pengaruh harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pesein Rawat Inap di RSUD Deli Medan*. Medan.Universitas Sumatera Utara. 2009.
- Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011.
- Erlangga Tahta Kesumanegara. *Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mall Ciputra Semarang*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro. 2012.
- Ghozali.Imam.. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit BP-Universitas Diponegoro Edisi Ketiga.2006.

- Jasfar. Farida. *Manajemen Jasa*, Bandung : Penerbit PT. Ghalia Indonesia. 2005.
- Laksana. Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit PT. Graha Ilmu. 2008.
- Lina Prahstuti. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat*. Semarang: Perbit Universitas Diponegoro. Semarang”. 2011.
- Muhammad Ehsan Malik, Muhammad Mudasar Ghafoor, Hafiz Kashif Iqbal, *Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. International Journal of Business and Social Science. Vol. 3 No. 23; December 2012.*
- Nazir. Moh. *Metode Penelitian*. Bandung. : Penerbit PT. Ghalia Indonesia. 2009.
- Parasuraman. A. V.A. Zeithami and L.L Berry. 1988, “ *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing*, vol.64,p.12-40”.
- Riduan,. *Statistik*, Jakarta: Penerbit .PT. Elex Media Komputindo. 2009.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. *Riset Pemasaran* . Jakarta: Penerbit . PT. Elex Media Komputindo. 2001.
- Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta.. 2006
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: Penerbit Alfabeta, 2009.
- Tjiptono, Fandi. *Manajemen Jasa*,Yogyakarta: Penerbit CV. Andi. 2007.
- ..... *Manajemen Jasa*,Yogyakarta: Pnerbit CV. Andi. 2008.
- Umar. Husein.*Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta : Penerbit PT SUN Cetakan Keenam.2007.