

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA
PT INDOMODULE PRATAMA TECHNOLOGY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Strata Satu Program Studi Manajemen



Oleh:

SYLVA ERLYZA NOOR
NIM. 2013521676

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN S1
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sylva Erlyza Noor
NIM : 2013521676
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT INDOMODULE PRATAMA TECHNOLOGY**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri dan belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya berada di pundak saya. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan dengan penuh kesadaran.

Jakarta, 14 Agustus 2017



Sylva Erlyza Noor

NIM : 2013521676

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN S1**

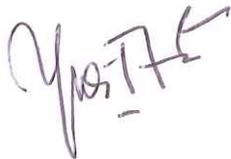
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SYLVA ERLYZA NOOR
NIM : 2013521676
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan
Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan
Pada PT Indomodule Pratama Technology

Jakarta, 14 Agustus 2017

Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,



Dra. Yuli Triastuti, MM



Muh. Ali Maskuri, SE, MM

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT INDOMODULE PRATAMA TECHNOLOGY**



SYLVA ERLYZA NOOR
NIM : 2013521676

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada hari Selasa tanggal 22 bulan Agustus tahun 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
Skripsi Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. Dra. Siti Mahmudah, MM
Ketua

Tanggal : 22 Agustus 2017

2. Dr. Suyanto, SE., MM., M.AK., CA
Anggota

Tanggal : 22 Agustus 2017

3. Dra. Yuli Triastuti, MM
Anggota

Tanggal : 22 Agustus 2017

Menyetujui,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJA
Program Sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program,

Y.I. GUNAWAN, SE, MM

Tanggal : 22 Agustus 2017

ABSTRAK

PT Indomodule Pratama Technology melakukan inovasi di bidang konstruksi bangunan membuat bahan mudah digunakan. Salah satunya adalah sandwich panel, dengan bahan seperti styrofoam bukan baja. Sandwich panel terbuat dari dua lapis lembaran baja anti karat dan berwarna dengan diantara kedua lembaran itu diberikan bahan insulator seperti styrofoam (EPS), PU, PIR (fire retardant), rockwool dan glasswool.

Kualitas produk dan layanan purna jual perlu ditingkatkan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan PT Indomodule Pratama Technology. Sampel penelitian ini adalah pelanggan PT Indomodule Pratama Technology, sejumlah 100 responden (perusahaan). Metode sampel yang digunakan ialah sampel jenuh, karena menggunakan semua sampel yaitu sebanyak 100 responden (perusahaan). Analisis dijalankan dengan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions for window ver. 16.0.*), yang digunakan untuk menganalisis data. Penelitian dilakukan secara kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan data penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan memperhatikan uji asumsi klasik dan uji-t dan uji-f sebagai uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan purna jual secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci :

Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual, Kepuasan Pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT INDOMODULE PRATAMA TECHNOLOGY”** ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Skripsi ini juga tidak lepas dari adanya campur tangan pihak lain yang dengan tulus ikhlas dan rela mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis sampai penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Yuli Triastuti., MM, selaku pembimbing (1) yang tidak kenal lelah meluangkan waktu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
2. Muh. Ali Maskuri, S.E., MM, selaku pembimbing (2) yang tidak kenal lelah meluangkan waktu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
3. Yoyo Indah Gunawan, S.E., MM., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen S1 STIE IPWIJA.
4. Estuti Fitri Hartini, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas E2
5. Dr. Suyanto, S.E., M.M., M.Ak., selaku Ketua STIE IPWIJA.
6. Pimpinan dan staf PT Indomodule Pratama Technology yang telah meluangkan waktu membantu kelancaran penelitian.
7. Civitas Akademika STIE IPWIJA (Dosen dan karyawan).
8. Suamiku tercinta Teguh Wahyudi, S.T., yang selalu setia mendampingi dan menyemangati penulis setiap harinya dengan sabar tanpa lelah serta telah memberikan suport serta kasih & sayang kepada saya dengan tulus selama ini. Dan Anakku tersayang Narendra Satya Bagaskara yang sangat pengertian walaupun masih berumur 2 bulan saat menyelesaikan skripsi ini

9. Ibunda R. Zaenab tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, do'a dan dorongan semangat yang tak pernah usai dan almarhum Ayahanda Noordamly Simon, yang sudah terlebih dahulu dipanggil oleh yang maha kuasa sebelum bisa melihat saya mengenakan toga, semoga ini menjadi salah satu amal jariyah terbaik yang selalu mengalir untuk beliau agar diberikan tempat terbaik di sisi Allah SWT.
10. Kedua Kakakku Shynta Erlyza Noor, S.Hum., Shanty Erlyza Noor, A.Md., dan kedua adikku Satria Eryza Noor, Satrio Eryza Noor yang senantiasa memberikan dukungan, do'a dan dorongan semangat yang tak pernah usai.
11. Teman-teman seperjuanganku kelas E2 dari awal kuliah sampai saat ini Marina, Suci, Esin, Indri dan teman-teman seperjuanganku lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga turut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan penulisan ilmiah ini.

Semoga bantuan yang bapak, ibu, dan rekan-rekan berikan mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Aamiin.

Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya, untuk itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga hasil skripsi ini dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri dan pihak lain yang membutuhkannya.

Jakarta, 14 Agustus 2017

Penulis,

Sylva Erlyza Noor

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.2.1 Klasifikasi Produk.....	13
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	15

2.1.3 Pelayanan Purna Jual.....	18
2.1.3.1 Komponen Layanan Purna Jual.....	19
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.4.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis	34
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat Penelitian.....	35
3.2 Desain Penelitian.....	35
3.3 Operasional Variabel.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Sumber Data.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	40
3.5.1 Populasi.....	40
3.5.2 Sampel.....	41
3.6 Instrumentasi Variabel Penelitian.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.4 Uji Normalitas.....	43
3.6.5 Uji Multikolinieritas.....	44

3.6.6 Uji Autokolerasi.....	44
3.6 Rancangan Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	45
3.7.1 Metode Analisis Data.....	45
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Sejarah singkat PT Indomodule Pratama Technology..	49
4.1.2 Spesifikasi Usaha PT Indomodule Pratama Technology.....	50
4.1.3 Visi dan Misi PT Indomodule Pratama Technology...	50
4.1.4 Jenis-jenis Produk.....	51
4.1.5 Struktur Organisasi PT Indomodule Pratama Technology.....	55
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.3 Metode Pengujian Instrumen.....	62
4.3.1 Uji Validitas.....	62
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	66
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	67
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas.....	68
4.3.3.3 Uji Autokolerasi.....	70
4.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	71
4.4.1 Pengujian Hipotesis.....	73

4.5 Pembahasan.....	76
4.5.1 Pengaruh Parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	76
4.5.2 Pengaruh Parsial Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.....	77
4.5.3 Pengaruh Simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.....	77
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	25
3.1 Tabel Operasional Variabel.....	37
4.1 Tabel responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2 Tabel responden Berdasarkan Usia.....	56
4.3 Tabel responden Berdasarkan Jenis Project.....	60
4.4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	63
4.5 Uji Validitas Variabel Pelayanan Purna Jual.....	64
4.6 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	65
4.7 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan.....	66
4.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
4.9 Hasil Uji Autokolerasi.....	71
4.10 Model Summary Regresi Linier Ganda Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan.....	72
4.11 Coefficient Regresi Linier Ganda Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan.....	73
4.22 Anova Regresi Linier Ganda Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1	Grafik Survey Kepuasan Pelanggan.....	3
2.1	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	23
3.2	KerangkaPemikiran	33
3.1	Desain Penelitian.....	36
4.1	Struktur Organisasi.....	55
4.2	Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.3	Grafik Berdasarkan Usia.....	59
4.4	Grafik Berdasarkan Jenis Project.....	61
4.5	Uji Normalitas (Normal P-Plot)	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Responden	83
Lampiran 2	Rekapitulasi Jawaban Responden X_1	86
Lampiran 3	Rekapitulasi Jawaban Responden X_2	89
Lampiran 4	Rekapitulasi Jawaban Responden Y	92
Lampiran 5	Output SPSS Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 6	Output SPSS Uji Validitas.....	97
Lampiran 7	Output SPSS Uji Reliabilitas.....	101
Lampiran 8	Output SPSS Uji Normalitas.....	100
Lampiran 9	Output SPSS Uji Regresi Berganda.....	103
Lampiran 10	Tabel nilai r Product Moment.....	105
Lampiran 11	Kartu Bimbingan.....	106

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang modern ini semakin banyak pembangunan dan berbagai macam material yang digunakan bukan hanya dari batu bata dan semen saja saat ini inovasi di bidang konstruksi bangunan membuat bahan mudah digunakan. Salah satunya adalah sandwich panel, dengan bahan seperti styrofoam bukan baja. Sandwich panel terbuat dari dua lapis lembaran baja anti karat dan berwarna dengan diantara kedua lembaran itu diberikan bahan insulator seperti styrofoam (EPS), PU, PIR (fire retardant), rockwool dan glasswool.

Sekilas bahan utama panel dinding modern tidak berbeda dengan styrofoam. Bahannya lunak, ringan dan berwarna *off-white*. Nama bahan insulator tersebut adalah EPS (Expanded Polystyrene) materinya menyerupai styrofoam namun EPS bersifat antitoksin dan tahan api.

Sandwich panel adalah partisi insulator modern ringan, kuat dan higienis karena dilapisi oleh lapisan anti bakteri yang sangat tepat digunakan pada beberapa bangunan seperti Clean Rooms di pabrik-pabrik obat atau Ruang Operasi Rumah Sakit, Ruang proses di pabrik makanan dan minuman, Cold Storage dan Distribution Centers, Transportable dan Modular Buildings, Telecommunication dan Equipment Centers dan banyak aplikasi untuk bangunan yang lainnya.

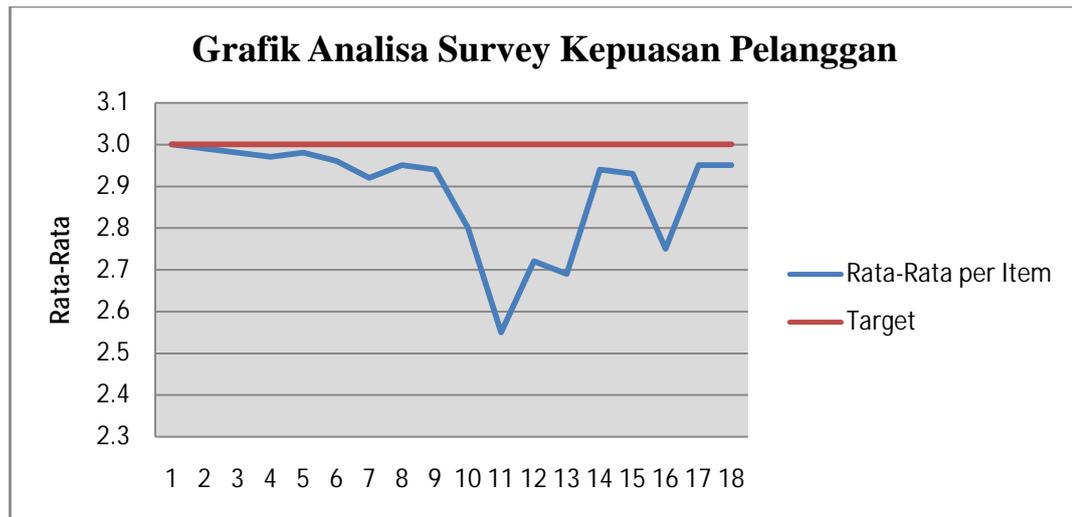
Bahan Sandwich panel memiliki keunggulan antara lain menciptakan lingkungan yang kedap suara, bebas biaya perawatan, pemasangan yang cepat, presisi dan hemat biaya, hemat energi oleh fungsi penghematan penyekat panas dan ke higienisan material dengan lapisan anti bakterinya yang dapat menjadikan ruangan tersebut terjaga kebersihannya, kelembabannya.

Saat ini semakin banyaknya perusahaan sejenis sehingga menimbulkan persaingan, untuk itu diperlukannya keunggulan-keunggulan untuk bersaing secara sehat, contohnya dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan purna jual yang baik.

Dengan adanya pelayanan purna jual yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan PT Indomodule Pratama Technology. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan purna jual yang diberikan. Apabila pelanggan tersebut merasa benar-benar puas, mereka akan repeat order serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan produk dan jasa instalasi ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui pelayanan purna jual karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Pada PT Indomodule Pratama Technology peneliti melihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum maksimal, untuk itu dilakukan penelitian ini, dan dapat dilihat dari grafik dibawah ini sebagai berikut :

Gambar 1.1



Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti berupaya memaparkan Pengaruh kualitas produk dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology?
- b. Apakah pelayanan purna jual berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology?

- c. Apakah kualitas produk dan pelayanan purna jual berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology.
- b. Pengaruh pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology.
- c. Pengaruh kualitas produk dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk PT Indomodule Pratama Technology

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan melalui kualitas produk dan pelayanan purna jual sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

2. Untuk Mahasiswa dan Intelektual

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology

3. Bagi Pelanggan dan Pembaca

Sebagai bahan referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini antara lain :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab pertama berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ke dua menjelaskan konsep berupa kajian teoritik Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual, Kepuasan Pelanggan disertai hasil penelitian yang terdahulu, kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Memaparkan metode penelitian, pengujian instrumen berupa uji validitas dan reliabilitas, uji t dan F, populasi dan sampel, serta metode analisis data yang menggunakan analisis Statistik dibantu dengan Program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).
for window ver. 16.0.

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Yang memaparkan PT. Indomodule Pratama Technology, pemaparan data dengan hasil penelitian yang disertai dengan pembahasannya.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Yang berisi kesimpulan dan disertai saran-saran sebagai alternatif pemecahan permasalahan dalam penelitian ini.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa.

Pemasaran secara umum merupakan suatu proses mempersiapkan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Definisi konsep pemasaran sebagai sebuah falsafah bisnis menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen/pelanggan merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar.

Pengertian pemasaran menurut Kotler & Keller (2009) adalah: “Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok

mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain”.

Menurut Swastha (2007) pengertian pemasaran adalah sebagai berikut: “Pemasaran adalah keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

Pemasaran menurut 2 tokoh yaitu Basu dan Hani (2004:4) adalah pemasaran yang meliputi dari proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, penetapan banderol harga dari barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusiannya yang keseluruhannya memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan maupun memperoleh keuntungan dari proses pemasaran tersebut.

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan, juga mencakup barang, jasa serta gagasan, berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

Menurut Kotler dan Keller (2009:24) menyatakan bahwa alat-alat pemasaran terdiri dari empat kelompok yang luas yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*), yang disebut dengan 4P's.

Berikut ini merupakan pemaparannya :

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, property, organisasi, dan gagasan. Produk ada dua jenis, yaitu intangible (tidak berwujud) dan tangible (berwujud). Atribut-atribut produk meliputi jenis, kualitas, disain, fitur, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan. Elemen produk berkaitan dengan perencanaan dalam menghasilkan suatu produk akhir bagi konsumen.

2. Harga (*Price*)

Harga (*price*) adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan yang lain menghasilkan biaya (*cost*). Atribut harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit. Harga berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

3. Lokasi (*Place*)

Lokasi didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan pelangan sasarannya. Artinya, variabel saluran distribusi atau *place* tidak hanya menekankan pada lokasi perusahaan, melainkan juga mengenai masalah penentuan lokasi dan perusahaan, mudah atau tidaknya lokasi tersebut dicapai. Lokasi perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi

meliputi cakupan layanan, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya.

2.1.2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Montgomery (1996) kualitas merupakan suatu pandangan terhadap produk maupun jasa, dimana produk maupun jasa yang berkaitan sesuai dengan ketentuan bagi yang menggunakannya. Sehingga dengan adanya kualitas yang baik diharapkan terciptanya suatu kepuasan dan kesetiaan oleh konsumen terhadap produk maupun jasa yang digunakan.

Menurut Kotler and Amstrong (2012) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Tjiptono (2008), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi persepsi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah :

- 1) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- 3) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk. Dalam

hal ini antara apa yang telah dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan dalam produk tersebut.

4) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

5) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

6) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

7) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan negara asal.

Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan memberikan kepuasan tersendiri untuk konsumen karena mendapatkan kualitas yang terbaik dari produk tersebut.

2.1.2.1 Klasifikasi Produk

Dalam bukunya yang berjudul “Principles of Marketing” edisi ke-13, Kotler dan Armstrong (2010, p250) mengklasifikasikan produk dalam :

- Produk Konsumen (Consumer Product)

Produk yang dibeli oleh konsumen akhir, untuk digunakan secara pribadi yang mencakup produk kebutuhan sehari-hari, produk belanja, produk khusus, produk yang tidak dicari. (Kotler dan Armstrong, 2010)

- Produk Kebutuhan Sehari-hari (Convenience Product)

Merupakan produk konsumen yang biasa dibeli konsumen secara rutin, segera, tidak memerlukan pertimbangan besar dan usaha yang besar untuk mendapatkannya.

- Produk Belanja (Shopping Product)

Produk konsumen yang dalam proses pemilihan dan pembeliannya, biasanya dibandingkan berdasarkan kecocokan, kualitas, harga dan style konsumen tersebut.

- Produk Khusus (Speciality Product)

Produk konsumen yang memiliki keunikan karakteristik atau identifikasi merek yang digunakan oleh sekelompok pembeli yang signifikan bersedia untuk melakukan pembelian tersebut.

- Produk yang Tidak dicari (Unsought Product)

Produk konsumen yang mungkin tidak dikenal konsumen atau produk yang mungkin dikenal konsumen tetapi biasanya tidak terpikir oleh konsumen untuk membeli produk tersebut.

- o Produk Industri (Industrial Product)

Produk yang dibeli untuk pemrosesan lebih lanjut atau untuk digunakan dalam menjalankan suatu bisnis. Oleh karena itu, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan untuk apa produk itu dibeli.

Produk memiliki klasifikasi yang berbeda, dapat dilihat melalui daya tahan dan wujud dari produk tersebut. Klasifikasi produk menurut Tjiptono (2008:98) dibagi menjadi dua kelompok, yakni barang dan jasa. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

A. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba, disentuh, dipegang, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

1. Barang yang terpakai habis (non durable goods)/tidak tahan lama

Non durable goods adalah barang berwujud biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.

2. Barang tahan lama (durable goods)

Durable goods merupakan barang berwujud yang tidak dapat bertahan sesuai umur ekonomisnya. Umumnya barang seperti ini membutuhkan pelayanan yang lebih banyak, membutuhkan jaminan/garansi tertentu dari penjualnya.

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk secara langsung dipengaruhi oleh sembilan bidang dasar atau 9M. Pada masa sekarang ini industri disetiap bidang bergantung pada sejumlah besar kondisi yang membebani produksi melalui suatu cara yang tidak pernah dialami dalam periode sebelumnya. Menurut (Sofjan Assauri, 2009 : 362) mengatakan bahwa :

1. Pasar (*Market*)

Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Pelanggan diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhan. Pada masa sekarang pelanggan meminta dan memperoleh produk yang lebih baik memenuhi ini. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkungannya dan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang yang ditawarkan. Dengan bertambahnya perusahaan, pasar menjadi bersifat internasional dan mendunia. Akhirnya bisnis harus lebih fleksibel dan mampu berubah arah dengan cepat.

2. Uang (*Money*)

Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (*margin*) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, harus dibayar melalui naiknya produktivitas, menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi disebabkan oleh barang pabrikan dan pengulangkerjaan yang sangat serius. Kenyataan ini memfokuskan

perhatian pada manajer pada bidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba.

3. Manajemen (*Management*)

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk. Bagian perancangan bertanggung jawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan itu. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi rancangan. Bagian pengendalian kualitas merencanakan pengukuran kualitas pada seluruh aliran proses yang menjamin bahwa hasil akhir memenuhi persyaratan kualitas dan kualitas pelayanan, setelah produk sampai pada pelanggan menjadi bagian yang penting dari paket produk total. Hal ini telah menambah beban manajemen puncak, khususnya bertambahnya kesulitan dalam mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk mengoreksi penyimpangan dari standar kualitas.

4. Manusia (*Men*)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan

mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.

5. Motivasi (*Motivation*)

Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.

6. Bahan (*Material*)

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

7. Mesin dan Mekanise (*Machine and Mecanization*)

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.

8. Metode Informasi Modern (*Modern Information Method*)

Evolusi teknologi komputer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke pelanggan. Metode pemrosesan data yang baru dan konstan memberikan kemampuan untuk manajemen informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat ramalan mendasari keputusan yang membimbing masa depan bisnis.

9. Persyaratan Proses Produksi (*Mounting Product Requirement*)

Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan keterandalan produk.

2.1.3. Pelayanan Purna Jual

Secara umum layanan purna jual adalah jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan.

Layanan purna jual adalah layanan yang diberikan perusahaan kepada seorang konsumen setelah terjadinya transaksi penjualan menurut (Philip Kotler (2002: 508).

Sedangkan menurut Hindle dan Thomas dalam Tjiptono (2008) Layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.

2.1.3.1 Komponen Layanan Purna Jual

Layanan purna jual memiliki beberapa unsur, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) bahwa unsur-unsur dalam layanan purna jual adalah sebagai berikut:

1. Garansi

Garansi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam melaksanakan layanan purna jual, garansi ditunjukkan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan, akibat dari ketidaktepatan pengajaran atau penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.

2. Penyediaan

Aksesoris Dalam pelaksanaan layanan purna jual, penyediaan suku cadang merupakan hal yang sangat penting, sebab tanpa adanya suku cadang produk yang sudah rusak komponennya tidak dapat berfungsi dengan baik, bahkan produk tersebut tidak dapat dipakai lagi. Mengatakan penyediaan accessories merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha untuk memuaskan konsumen, yang pada akhirnya akan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah dimiliki.

3. Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan

Pelayanan dan pemeliharaan dan perbaikan diperlukan apabila suatu produk memiliki masa konsumsi yang lama dan memerlukan perawatan yang teratur agar dapat selalu berfungsi dengan baik, dan juga untuk melakukan perbaikan atas kerusakan yang terjadi pada produk tersebut selama pemakaiannya.

4. Fasilitas dan Perlengkapan

Fasilitas dan perlengkapan suatu produk merupakan sarana untuk melakukan layanan purna jual. Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan produk yang dibeli konsumen.

Pelayanan purna jual atau after sales service sebagai jasa pelayanan yang mempunyai garansi selama 12 bulan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan setelah produknya dibeli untuk jangka waktu tertentu. Sebuah perusahaan harus menentukan bagaimana menawarkan jasa setelah penjualan, misalnya, jasa pemeliharaan dan perbaikan dan garansi.

Pemberian pelayanan purna jual biasanya dilakukan sebagai suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh penjual atas barang yang telah mereka jual. Pelayanan ini diberikan dalam bentuk pemberian garansi dan penggantian barang-barang rusak. Terdapat beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya ketidakpastian adalah

dengan penyediaan purna jual yaitu pemberian garansi untuk mengurangi persepsi konsumen terhadap risiko pembelian dan jasa penggantian barang-barang rusak.

Keuntungan yang didapat perusahaan yang memperhatikan pelayanan purna jual kepada pelanggan menurut Armistead and Clark (1996), antara lain :

1. Kepercayaan pelanggan
2. Layanan dan dukungan kepada pelanggan yang baik dapat meyakinkan pelanggan bahwa pelanggan akan mendapatkan nilai maksimum dari pembelian.

Pada dasarnya pelayanan yang baik pasca pembelian dapat menciptakan kepuasan pelanggan atas produk tersebut. Selain itu pemasar juga dapat memperoleh pelanggan baru dari pelayanan yang mereka lakukan.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan purna jual adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen/pelanggan setelah pembelian untuk mengurangi ketidakpuasan dengan jalan memberikan garansi dan jasa penggantian barang-barang rusak.

2.1.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapannya (Kotler, 1997).

Anderson *et al.*, 1994 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah keseluruhan penilaian dari suatu pengalaman pembelian dan konsumsi atas barang maupun jasa.

Menurut Kotler (1997), suatu perusahaan dapat mengukur kepuasan konsumen dengan beberapa cara yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran (*complaint dan suggestion system*)

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

b. Survei kepuasan konsumen (*customer satisfaction survei*)

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

c. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

d. Analisis kehilangan konsumen (*loss customer analysis*).

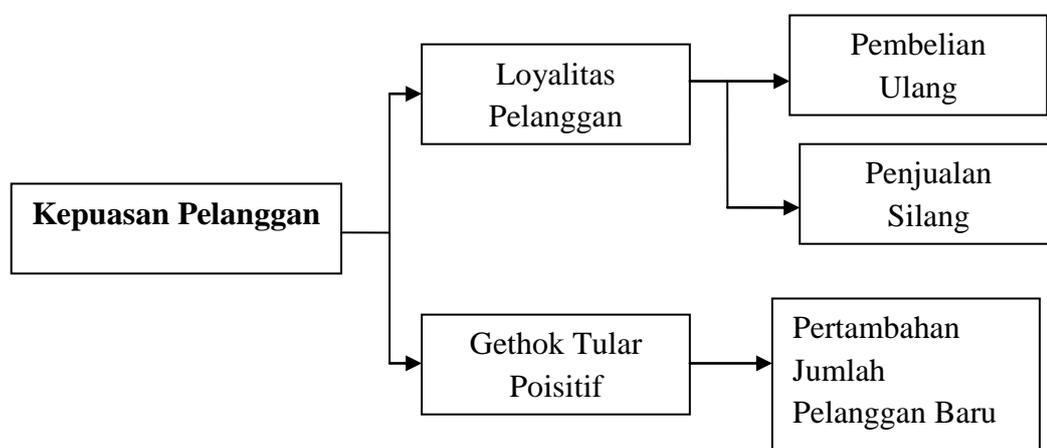
Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan

memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut Fornell dan Wernerfelt (1987), konsumen/pelanggan yang tidak merasa puas dalam menerima pelayanan akan mengajukan komplain kepada perusahaan. Perusahaan yang selalu ingin menciptakan kepuasan pelanggan sudah seharusnya dapat menangani komplain tersebut dengan sebaik-baiknya.

2.1.4.1. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah gethok tular positif. (lihat Tabel 1.1)



Gambar 2.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Sumber : Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:57)

Lebih rinci, manfaat – manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup : dampak positif pada loyalitas pelanggan; berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross – selling*, dan *up – selling*); menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya – biaya komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan); menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatnya toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok); rekomendasi gethok tular positif; pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap product – line extension, *brand extension*, dan *new add – on service* yang ditawarkan perusahaan; serta meningkatnya *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi. Singkat kata, tidak perlu diragukan lagi bahwa kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kelangsungan hidup dan daya saing setiap organisasi, baik bisnis maupun nirlaba.

Tujuan utama dari pemasaran adalah kepuasan konsumen/pelanggan, sehingga pemasaran bukan semata untuk mencari laba tetapi memberikan kepuasan, dengan adanya kepuasan maka akan timbul loyalitas konsumen. Berapa banyak frekuensi pembelian ulang akan meningkatkan jumlah pembelian, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan.

Komponen pelayanan dalam bisnis tidak dapat dipisahkan baik itu untuk perusahaan jasa maupun perusahaan dagang. Untuk perusahaan jasa, pelayanan ini sebagai produk yang berdiri sendiri, sedangkan untuk perusahaan dagang dan industri sebagai produk tambahan yang selalu melekat pada produk utamanya.

Kepuasan adalah reaksi emosional jangka pendek terhadap kinerja jasa yang diberikan. Pelanggan menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka, dinilai setelah mereka menggunakan jasa, sebelum pelanggan membeli suatu jasa, mereka hanya memiliki harapan tentang kualitas jasa yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, dan merekomendasi dari mulut ke mulut, serta iklan penyedia jasa.

Dalam persaingan yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian serius, mereka mempunyai pengungkapan yang beraneka ragam untuk memberikan segala sesuatu yang diharapkan pelanggan.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan organisasi jasa harus melakukan empat hal yaitu :

- a) Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
- b) Memahami tingkat harapan pelanggan dan kualitas.
- c) Memahami strategi kualitas layanan pelanggan.
- d) Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari produk atau perusahaan yang biasanya diartikan dengan kualitas dari produk/perusahaan tersebut. Terdapat hubungan positif yang sangat erat antara kinerja suatu bisnis dan keunggulan bersaing. Artinya, semakin baik kinerja suatu perusahaan, semakin kuat keunggulan bersaing perusahaan tersebut. Sebaliknya, semakin buruk kinerja suatu perusahaan, semakin tipis keunggulannya.

Keunggulan bersaing juga berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Karena, kepuasan pelanggan merupakan elemen terpenting yang menentukan keunggulan bersaing. Dengan demikian, bahwa kinerja dan kepuasan pelanggan merupakan dua faktor yang sangat vital dalam suatu bisnis.

Dalam model kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, pelanggan diasumsikan pertama kali menggunakan produk tersebut. Berdasarkan pengalaman itu, pelanggan mengevaluasi kinerja produk secara keseluruhan. Penilaian kinerja suatu produk erat kaitannya dengan tingkat mutu dari produk tersebut.

2.2. Penelitian yang Terdahulu

Pada penelitian ini penulis menggunakan berbagai macam literatur, salah satu literatur yang digunakan berupa beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dan kesamaan dengan variabel yang diteliti, berikut beberapa peneliti yang penulis lampirkan antara lain:

Tabel. 2.1

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Diana Arief (2011)	"Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan

		dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Motor Honda di Kota Makassar”	mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pengguna motor Honda di Kota Makassar	layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pengguna motor Honda di Kota Makassar.
2.	Yun Yie (2010)	”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Offistarindo Adhiprima”.	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur seberapa besar pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Penetapan Harga terhadap kepuasan konsumen pada PT.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Offistarindo Adhiprima.

			Offistarindo Adhiprima.	
3.	Endah Ari Cakrawati (2014)	”Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Penjualan dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pengguna Ban Achilles”.	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi dan paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ban Achilles.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna ban Achilles lebih tinggi daripada ban Champiro dan S-drive. Pelayanan Penjualan dan Pelayanan Purna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna ban Achilles, sedangkan Kualitas Produk tidak signifikan

				<p>berpengaruh.</p> <p>Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ban adalah Pelayanan Purna Jual, kemudian diikuti oleh Kualitas Pelayanan. Ban Champiro merupakan alternatif potensial bagi ban Achilles karena kualitasnya yang lebih baik berdasarkan penilaian pengguna ban.</p>
--	--	--	--	--

4.	Melissa Tamuwijaya (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PIPOP COPY	Penelitian ini menggunkan analisis regresi linier yang didukung dengan program SPSS Versi 20	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan Pipop Copy, baik secara simultan maupun parsial.
	Bayu Hadyanto Mulyono (2008)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	Penelitian ini dilakukan di kompleks Perumahan Puri Mediterrania Semarang, responden	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan

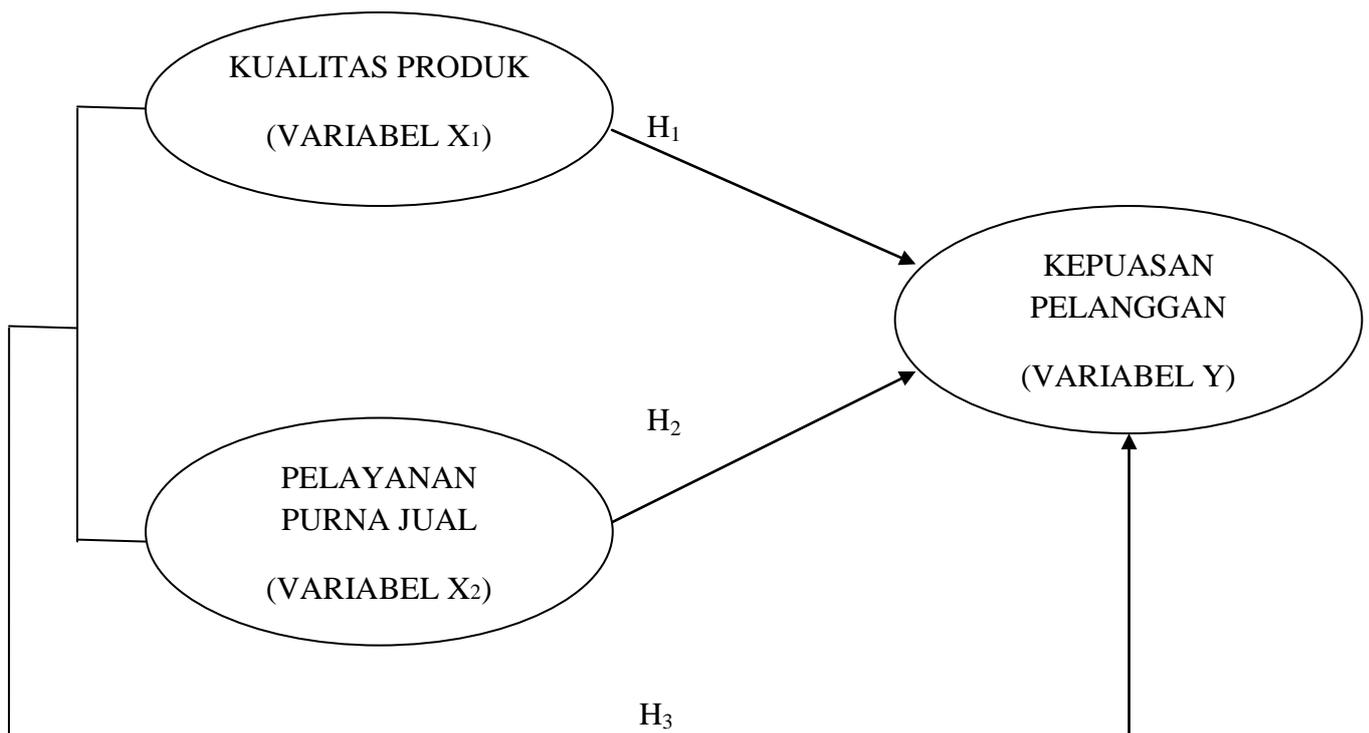
		(Studi kasus pada perumahan Puri Mediterania Semarang)	yang digunakan sebanyak 50 penghuni rumah Puri Mediterania dengan menggunakan SPSS.	mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,548, sedangkan pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,381. Kualitas Produk adalah Variabel paling Penting dalam
--	--	--	---	---

				mempengaruhi kepuasan konsumen daripada kualitas layanan.
--	--	--	--	---

2.3. Kerangka Pemikiran

Di bawah ini adalah sinergitas variabel-variabel tersebut dalam rangkuman kerangka pemikirannya yaitu:

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN
(PENGARUH VARIABEL X₁, X₂, DENGAN VARIABEL Y)



2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritik di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1:

Diduga terdapat pengaruh yang positif secara parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indomodule Pratama Technology.

Hipotesis 2:

Diduga terdapat pengaruh yang positif secara parsial Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indomodule Pratama Technology.

Hipotesis 3:

Diduga terdapat pengaruh yang positif secara simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indomodule Pratama Technology.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di PT Indomodule Pratama Technology yang beralamat di Kawasan Pergudangan CommPark Kota Wisata Blok B No 15, Kota Wisata Cibubur Cileungsi, Limusnunggal, Kabupaten Bogor, Bogor – Jawa Barat 16820.

3.2. Desain Penelitian

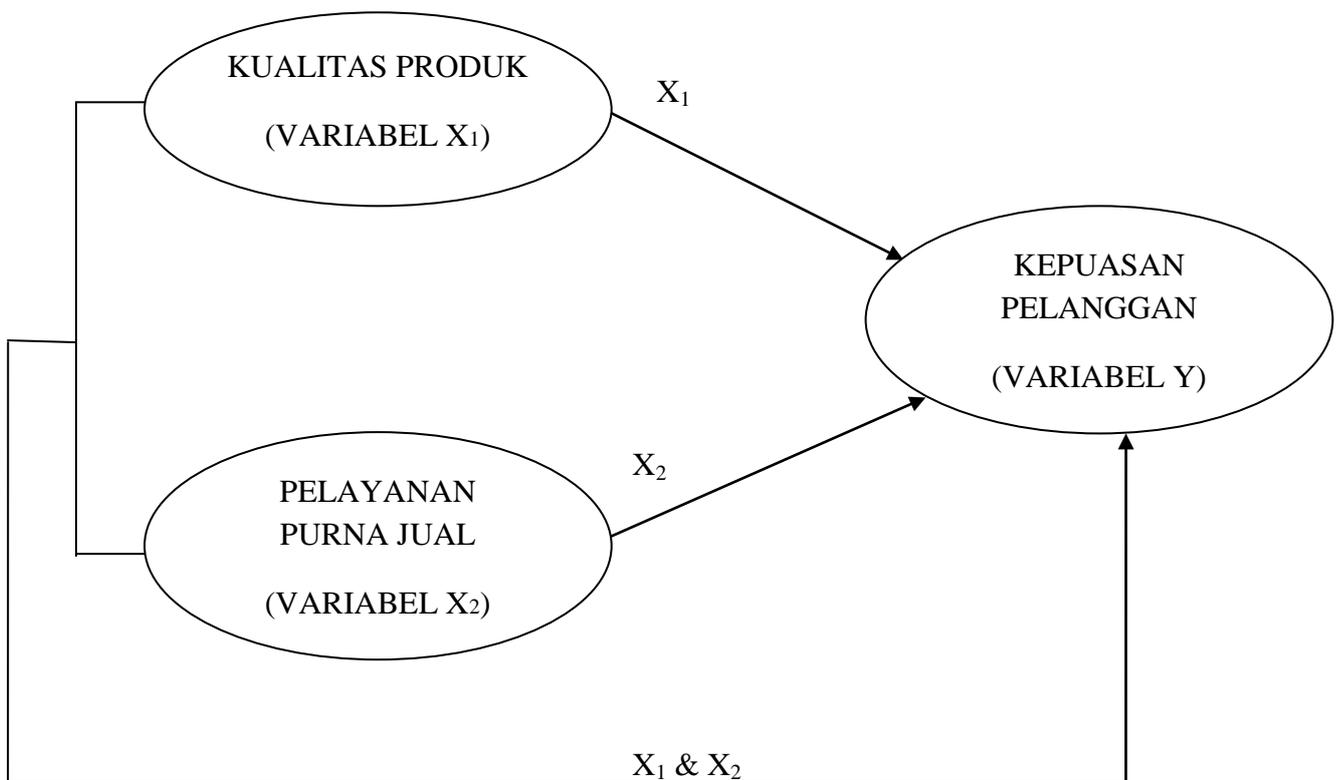
Desain Penelitian ini bersifat kuantitatif yang merupakan suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan metode pengujian statistik.

Dalam penelitian ini berupa memaparkan dan menguji pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Lingkup penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas produk dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pengguna terdapat tiga variabel penelitian yaitu, dua variabel independen dan satu variabel dependen.

Untuk variabel independen yang pertama yaitu kualitas produk dengan simbol X_1 , variabel independen kedua yaitu pelayanan purna jual dengan simbol

X_2 , satu variabel dependen yaitu kepuasan pengguna dengan simbol Y. Kerangka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1



Keterangan :

- X_1 (Variabel independen) berpengaruh terhadap Y (Variabel dependen)
- X_2 (Variabel independen) berpengaruh terhadap Y (Variabel dependen)
- X_1 & X_2 (Variabel independen) berpengaruh terhadap Y (Variabel dependen)

3.3. Operasional Variabel

Tabel 3.1.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Item
Kualitas Produk (X₁)	Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. (Kotler and Amstrong, 2012)	- Daya Tahan Produk	Likert	1 – 5
		- Desain Produk		6 – 10
		- Kemudahan Penggunaan		11 – 15
Pelayanan Purna Jual (X₂)	Suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada	- Garansi	Likert	16 – 20

	<p>konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.</p> <p>(Fandy Tjiptono, 2008)</p>			
<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapannya.</p> <p>(Kotler, 1997)</p>	<p>- Memenuhi harapan pelanggan</p>	<p>Likert</p>	<p>21 – 30</p>

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Metode Angket

Sering pula metode angket disebut pula sebagai teknik kuesioner atau dalam Bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang digunakan sifatnya tertutup. Dikatakan tertutup karena kuesioner tersebut sudah disediakan jawabannya yaitu pemilihan dari nilai 1 sampai 5. Setiap pernyataan diukur dengan skala likert 1 sampai 5 untuk mewakili penilaian dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah :

- a. Mengecewakan : 1
- b. Kurang : 2
- c. Cukup : 3
- d. Memuaskan : 4
- e. Sangat Memuaskan : 5

3.4.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan/pernyataan (kuesioner) kepada pelanggan PT Indomodule Pratama Technology.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini yaitu data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung tetapi diperoleh dari data yang ada dan dicatat oleh PT. Indomodule Pratama Technology selaku penjual sandwich panel. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain adalah data jumlah pelanggan, data rekapitulasi kritik dan saran yang masuk ke PT. Indomodule Pratama Technology yang berkaitan dengan kepuasan menggunakan sandwich panel.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2004) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan PT. Indomodule Pratama Teknologi dengan jumlah 100 perusahaan.

3.5.2. Sampel

Sampel menurut Suharsimi Arikunto (2002:109) adalah sebagai berikut: "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti".

Menurut Sugiyono (2011) Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative. Dalam penelitian ini semua populasi digunakan sebagai sampel (sampel jenuh).

3.6. Instrumentasi Variabel Penelitian

Instrumentasi Variabel merupakan pengujian terhadap data hasil kuesioner. Menurut (Ghozali, 2005:41) Uji instrumen penelitian dilakukan melalui uji validitas-reabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang disusun dapat dimengerti oleh responden dan memiliki konsistensi pengukuran.

3.6.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2008). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dalam penelitian ini nilai kevaliditasan suatu data atau butir pertanyaan berdasarkan nilai *rProduct Moment*.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pada penelitian ini menggunakan metode *One shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* (α), yang merupakan salah satu fasilitas dari SPSS yaitu :

- a. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.

- b. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisa Inferensial (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for window ver. 16.0. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikonlinieritas, uji autokolerasi.

3.6.4. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara grafik dan analisis statistik. Uji normalitas dengan cara analisis grafik dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal *P-P Plots Of Regression Standardized Residual*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan pada :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal (menyerupai lonceng), maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.5. Uji Multikolinieritas

Adalah bahwa tidak ada korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas). Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa antara variabel bebas satu dengan lainnya merupakan variabel yang setara. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinieritas, diuji dengan melihat nilai VIF dan Tolerance. Terpenuhinya asumsi multikolinieritas adalah jika pada model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah multikolinieritas yang dibuktikan dengan :

- Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan lebih besar daripada 0.2
- Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

3.6.6. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan antara nilai-nilai yang dipisahkan satu sama lain dengan jeda waktu tertentu. Uji Durbin Watson adalah sebuah test yang digunakan untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi pada nilai residual (prediction errors) dari sebuah analisis regresi.

Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. $dU < DW < 4 - dU$: tidak ada autokorelasi
- b. $dL < DW < dU$ atau $4 - dU < DW < 4 - dL$: tidak dapat disimpulkan
- c. $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$: terjadi autokorelasi positif /
negatif

3.7. Rancangan Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.7.1 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier ganda. Hasil analisis regresi linier ganda yang utama adalah nilai koefisien korelasi R, nilai koefisien determinasi *Adj. Rsquare* ($Adj.R^2$) dengan statistik dibantu Program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for window ver. 16.0. Hasil analisisnya berupa:

- a) Analisis regresi untuk melakukan peramalan besarnya nilai terikat (Y) bila nilai variabel bebas (X) variabel bebas telah diketahui atau sebaliknya untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) bila variabel terikat (Y) telah diketahui.

Persamaan regresi linier berganda:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Pelayanan Purna Jual

Y = Kepuasan Pengguna

a = Nilai Konstan variabel Y

b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Produk

b_2 = Koefisien Regresi Pelayanan Purna Jual

3.7.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan sebanyak dua kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

1. Uji hipotesis pertama

- Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis statistic yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_0: b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Hipotesis pertama variabel kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis statistic yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_0 : b_2 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a : b_2 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Uji hipotesis kedua

- Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis statistic yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a : \rho \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis kedua penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika Sig F $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Jika Sig F $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah singkat PT Indomodule Pratama Technology

PT Indomodule Pratama Technology didirikan pada bulan Desember 2010 sebagai perusahaan jasa konstruksi dan pelayanan, khususnya bergerak di bidang Insulated Sandwich Panel System, Preabrikasi dan solusi bangunan modular. dalam berbagai aplikasinya.

Lebih dari 5 tahun pengalaman dan lebih dari 100 project di Indonesia, dalam bidang penjualan dan rekayasa Insulated Sandwich Panel System, yang menghasilkan standar mutu yang tinggi dalam bidang konstruksi dan pelayanan, PT Indomodule Pratama Technology telah dipercaya untuk menyelesaikan proyek-proyek dari banyak pelanggan ternama.

Dengan Kepercayaan dan kesempatan yang besar, dalam bidang Insulasi Sandwich Panel di pasar Indonesia, PT Indomodule Pratama Technology mempunyai komitmen untuk mengembangkan dan memajukan seluruh jenis material Insulasi Sandwich Panel sehingga dapat memenuhi kriteria dari para pelanggan dengan harga yang bersaing dan material yang baik serta waktu pengiriman yang tepat, pada saat yang bersamaan memenuhi standard konstruksi dan keselamatan kerja.

4.1.2. Spesifikasi Usaha PT Indomodule Pratama Technology

PT Indomodule Pratama Technology memiliki spesifikasi Usaha yaitu :

- Dinding & Plafon ruang steril pabrik farmasi (obat-obatan) dan kimia, pabrik makanan dan minuman, pabrik otomotif, pabrik elektronika, dll
- Dinding & Plafon untuk ruang penyimpanan dingin.
- Dinding, Plafon dan atap untuk bangunan prefab (transportable building).
- Dinding pelapis bangunan berbasis kontainer.
- Dinding penyekat dan plafon untuk berbagai macam tipe bangunan lainnya.
- Dinding penyekat dan Plafon untuk berbagai macam tipe bangunan lainnya.

4.1.3. Visi dan Misi PT Indomodule Pratama Technology

- Visi

PT Indomodule Pratama Technology ikut berkontribusi terhadap kesuksesan pelanggan dengan berusaha keras memberikan yang terbaik dan melaksanakan pekerjaan dengan cara profesional, dan sesuai etika serta tanggung jawab sosial.

- Misi

PT Indomodule Pratama Technology berkomitmen menjadi pemimpin dalam bidang Supplier dan Aplikator Insulated Panel System di Indonesia dengan membangun organisasi berwawasan global serta memperhatikan kebutuhan pelanggan, pekerja, lingkungan sosial, lingkungan hidup serta pemegang saham.

4.1.4 Jenis – Jenis Produk

- **EPS (*Expanded Poly Styrene*)**

Expanded Poly Styrene, bebas CFC, kuat dengan foam yang memiliki penahan suhu yang optimal, stabilitas dimensional yang tinggi, dan transmisi rendah uap air. EPS Foam dibuat dari 100% Virgin bead dengan density 15kg/m³-20kg/m³, setelah di pabrikan dan memastikan benar-benar kering, dan extinguish fire retardant.

- **PU (*Polyurethane*)**

Polyurethane is rigid foam material injected to core with CFC free blowing agent to a high density (42kg/m³-45kg/m³) PU contain no residue pentanes as it self extinguished fire retardant. The coatings of the steel skin usually modified polyester or acrylic paint, finished with an antibacterial or food-grade coatings based on the requirements.

- **PIR (*Polyisocyanurate*)**

Polyisocyanurate adalah material rigid foam terbuat dari pencampuran isocyanurate dan polyol dan katalis dan bebas HCFC. Core memiliki karakter tahan api. PIR panel memiliki ketahanan yang kuat, memiliki penahan suhu yang tinggi dan memiliki ketahanan mechanical dan memiliki sifat stabil.

Kami memiliki PIR local , PIR regular dan PIR dengan Sertifikasi FM Approve.

- **Rockwool Panel**

Rockwool Sandwich Panel terbuat dari rockwool didalam dan dilapis oleh galvanis steel untuk bagian luar nya. Dan dibuat dengan mesin otomatis.yang menempel dengan lem super, baik dalam hal kebakaran karan rockwool dan

galvanis steel tidak mudah terbakar. Sangat cocok digunakan sebagai ceiling dan dinding, dan dapat mengurangi kebisingan. Sangat cocok dalam ruangan dengan persyaratan untuk insulasi terhadap suara.

Excellent fire resistance :

Kemampuan tahan api rockwool adalah lebih dari 1000x karena rockwool adalah material tahan api.

- **Glasswool Panel**

Fire Safety

Dengan menggunakan Glasswool yang tahan api sebagai material insulasi. Membuat api tidak mudah menjalar, dan sangat cocok dalam konstruksi tahan api atau di area kebakaran sebab tidak menghasilkan gas beracun disaat terjadi kebakaran.

Thermal Insulation

Glass fiber berukuran 4-6 micro dan seragam , karena terbuat dari pure glass sand dengan proses sentrifugal. Glasswool memiliki penahan suhu yang baik.

Sound Absorption Effect

Glasswool baik dalam menyerap suara kebisingan.

Anti-Corrosive Effect

Karna Glaswool adalah produk anorganik, tahan terhadap deformasi dan karat dalam waktu yang lama. Menjaga bentuk dan memiliki daya tahan yang luar biasa terhadap tekanan.

- **FM Approval**

FM Approval adalah anak perusahaan FM global, sebuah perusahaan asuransi yang beafiliasi di AMerika Serikat dan memihiki sejarah yang panjang selama 177 tahun. Sebagai perusahaan yang terkemuka, dalam menganalisa dan menguji resiko bangunan yang memiliki standard yang tinggi anti-disaster system, Sertifikasi FM Approve adalah tertifikasi dengan standar tertinggi.

- **Aksesoris**

 - Alumunium Extrusion**

Insulasi Sandwich Panel system memerlukan asesoris yaitu alumunium extrusion dengan design khusus untuk aplikasi pekerjaan sandwich panel. Untuk Clean Room, radius two peace coving di design agar menyesuaikan dengan standard kebersihan, kesehatan dan mudah untuk dibersihkan dan dirawat seperti yang di minta oleh GMP.

Angle dalam dan luar dan channel adalah asesoris yang di finish dengan powder coating sesuai dengan warna sandwich panel.

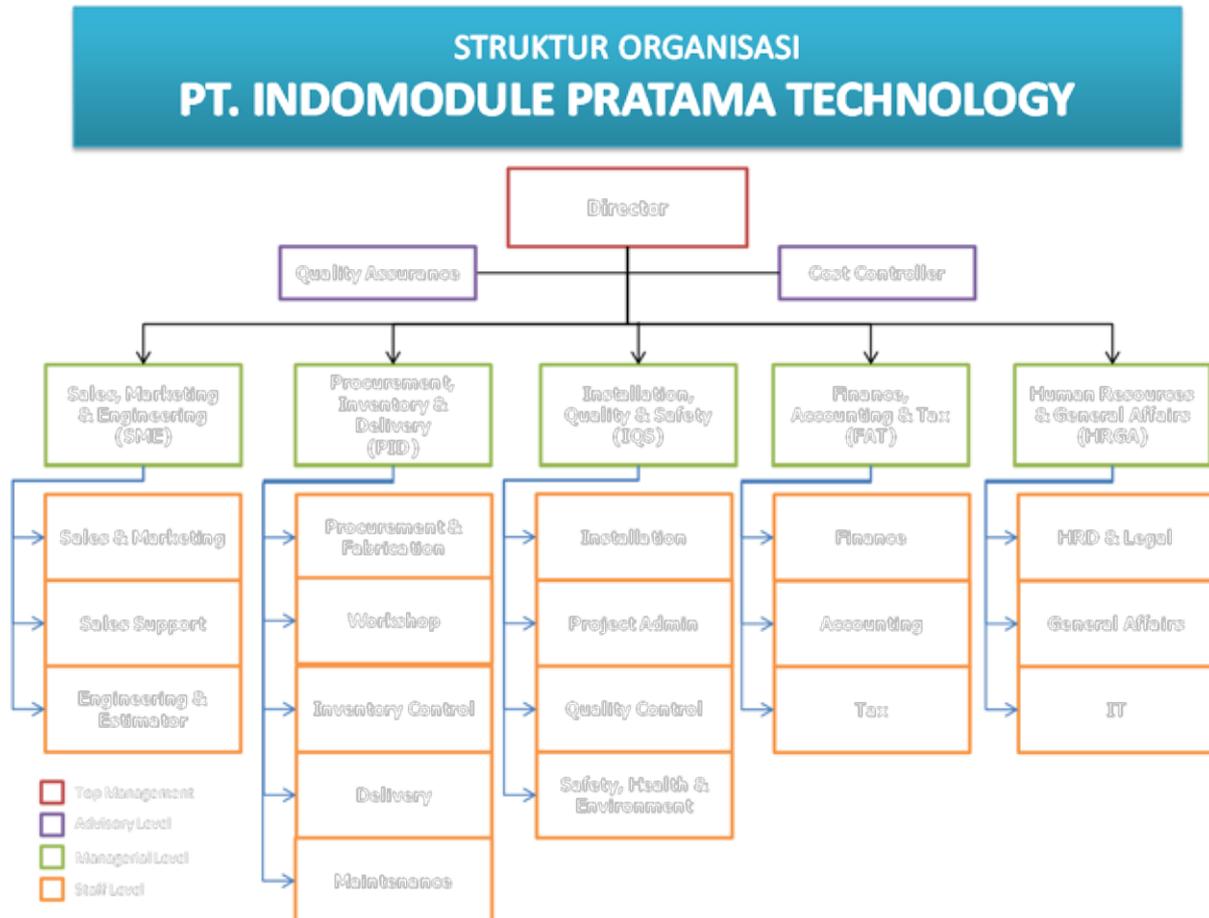
- **Doors & Windows**

Pintu dan jendela disesuaikan dengan insulasi Sandwich Panel terbuat dari alumunium yang tahan karat yang di finish powder coating . Ada dua jenis pintu yaitu yang electrical dan manual, sedangkan jendela terbuat dari laminated glass atau polycarbonate sesuai permintaan.

- ***Mechanical & Electrical***

Semua jenis mekanikal dan electrical dapat di gunakan pada Insulasi Sandwich Panel . Dengan penetrasi kedalam sandwich panel kemuniah ditutup dengan alumunium extrusion untuk memastikan tidak terlihatnya core dari sandwich panel.permukaan yng tidak ditutup dapat mengakibatkan jalan masuk terjadinya kebakaran.

4.1.5 Struktur Organisasi PT Indomodule Pratama Technology



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan deskriptif data responden yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden dan dianalisis secara deskriptif. Analisis data deskriptif bertujuan untuk melengkapi, mendukung data primer dan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

Berikut data kuesioner yang telah diolah antara lain berdasarkan :

a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin, hasil analisis data dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1

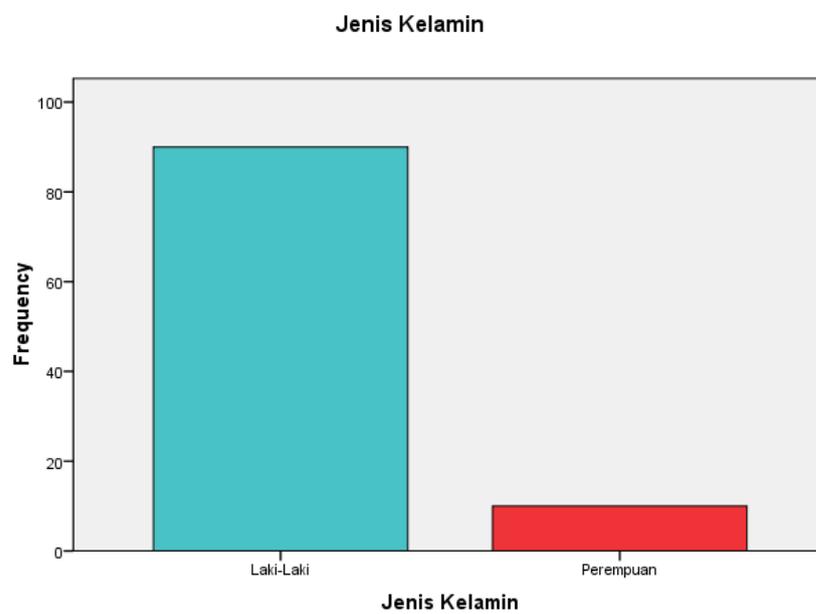
Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	90	90.0	90.0	90.0
	Perempuan	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa sebagian responden berjenis kelamin Laki-Laki yaitu sebanyak 90 (90%) responden dan sisanya sebanyak 10 (10%) responden adalah Perempuan.

Data tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk grafik terlihat dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 4.2
Grafik berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

b. Usia Responden

Berdasarkan usia responden, hasil analisis data dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2

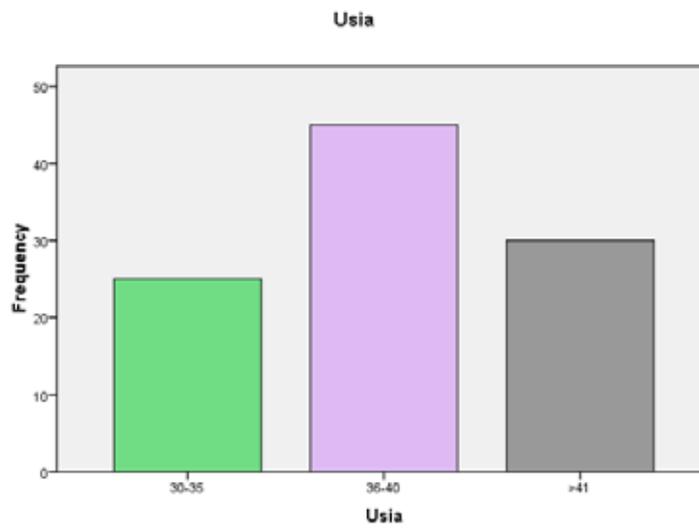
		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-35	25	25.0	25.0	25.0
	36-40	45	45.0	45.0	70.0
	>41	30	30.0	30.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden didominasi oleh kelompok 36-40 tahun sebanyak 45 (45%) responden, kemudian kelompok usia > 41 tahun yaitu 30 (30%), kemudian kelompok usia 30 - 35 tahun sebanyak 25 (25%) responden.

Data tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk grafik terlihat dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 4.3
Grafik berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

c. Jenis Project Responden

Berdasarkan jenis project, hasil analisis data dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3

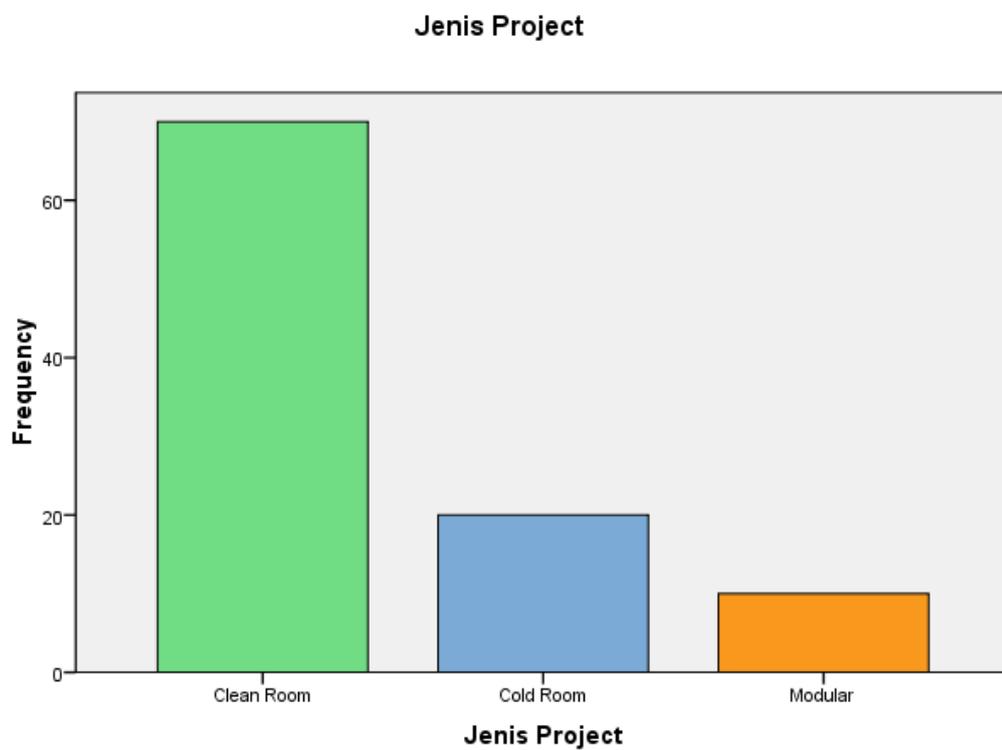
		Jenis Project			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Clean Room	70	70.0	70.0	70.0
	Cold Room	20	20.0	20.0	90.0
	Modular	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa jenis project responden didominasi oleh Project clean room 70 (70%) responden, kemudian cold room 20 (20%), kemudian modular sebanyak 10 (10%) responden.

Data tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk grafik terlihat dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 4.4
Grafik berdasarkan Jenis Project



Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2017

4.3 Metode Pengujian Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Pada Pengujian Validitas dan Reabilitas menggunakan Program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for window ver. 16.0. digunakan untuk membantu dalam menganalisis data yang digunakan dalam penelitian.

Untuk pengujian Validitas dan Reabilitas penulis mengambil 100 responden untuk melakukan uji validitas Kuesioner. Untuk responden yang berjumlah 100 (n), dapat diperoleh derajat bebas (df) sebesar $n - 2 = 98$. Untuk $df = 98$ dan nilai alpha 5% (dua sisi), diperoleh nilai r tabel sebesar 0,196. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen tersebut dikatakan valid. Hasil uji validitas dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan (X1)

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Produk 1	61.27	16.401	.607	.836
Kualitas Produk 2	61.30	17.121	.425	.846
Kualitas Produk 3	61.06	17.107	.412	.847
Kualitas Produk 4	61.33	16.385	.641	.835
Kualitas Produk 5	61.16	17.550	.278	.854
Kualitas Produk 6	61.19	17.428	.308	.852
Kualitas Produk 7	61.37	16.276	.602	.836
Kualitas Produk 8	61.12	17.157	.355	.850
Kualitas Produk 9	61.37	16.619	.451	.845
Kualitas Produk 10	61.37	16.256	.607	.836
Kualitas Produk 11	61.35	16.917	.393	.848
Kualitas Produk 12	61.30	17.121	.425	.846
Kualitas Produk 13	61.27	16.401	.607	.836
Kualitas Produk 14	61.27	16.401	.607	.836
Kualitas Produk 15	61.37	16.256	.607	.836

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.4 diatas terdapat 15 butir indikator pernyataan dan dapat dilihat nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Untuk $N=100$ maka taraf signifikansi 5% maka nilai r tabel adalah 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 15 butir indikator pernyataan penelitian dinyatakan valid karena masing-masing butir memiliki r hitung $> 0,196$.

b. Uji Validitas Variabel Pelayanan Purna Jual (X2)

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Pelayanan Purna Jual

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan Purna Jual 1	33.50	7.626	.460	.811
Pelayanan Purna Jual 2	33.42	7.337	.673	.788
Pelayanan Purna Jual 3	33.50	7.626	.460	.811
Pelayanan Purna Jual 4	33.42	7.337	.673	.788
Pelayanan Purna Jual 5	33.49	7.626	.464	.811
Pelayanan Purna Jual 6	33.41	7.335	.682	.788
Pelayanan Purna Jual 7	33.42	7.337	.673	.788
Pelayanan Purna Jual 8	33.29	8.632	.183	.835
Pelayanan Purna Jual 9	33.31	8.681	.154	.838
Pelayanan Purna Jual 10	33.41	7.335	.682	.788

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.5 diatas terdapat 10 butir indikator pernyataan dan dapat dilihat nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Untuk $N=100$ maka taraf signifikansi 5% maka nilai r tabel adalah 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 10 butir indikator pernyataan penelitian, ternyata hanya ada 8 pernyataan yang dinyatakan valid karena masing-masing butir memiliki r hitung $> 0,196$, sedangkan pernyataan yang tidak valid yaitu nomor 8 dan 9 dikarenakan r hitung $< 0,196$.

Proses selanjutnya pernyataan yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan dari daftar pernyataan (didrop).

c. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan Pelanggan 1	15.88	1.783	.652	.408
Kepuasan Pelanggan 2	15.86	1.859	.671	.413
Kepuasan Pelanggan 3	14.97	2.656	.066	.697
Kepuasan Pelanggan 4	15.39	2.503	.039	.756
Kepuasan Pelanggan 5	15.86	1.859	.671	.413

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.6 diatas terdapat 5 butir indikator pernyataan dan dapat dilihat nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Untuk $N=100$ maka taraf signifikansi 5% maka nilai r tabel adalah 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 butir indikator pernyataan penelitian, ternyata hanya ada 3 pernyataan yang dinyatakan valid karena masing-masing butir memiliki r hitung $> 0,196$, sedangkan pernyataan yang tidak valid yaitu nomor 3 dan 4 dikarenakan r hitung $< 0,196$. Proses selanjutnya pernyataan yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan dari daftar pernyataan (didrop).

4.3.2 Uji Reabilitas

Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* (α), yang merupakan salah satu fasilitas dari SPSS yaitu :

- a. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk, Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Status
Kualitas Produk (X1)	0,852	0,600	Reliabel
Pelayanan Purna Jual (X2)	0,868	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,992	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa tiap instrumen memiliki nilai reliabilitas yang memenuhi syarat dan dinyatakan reliabel (andal), karena masing masing nilai *Cronbach's Alpha* berada diatas 0,600.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

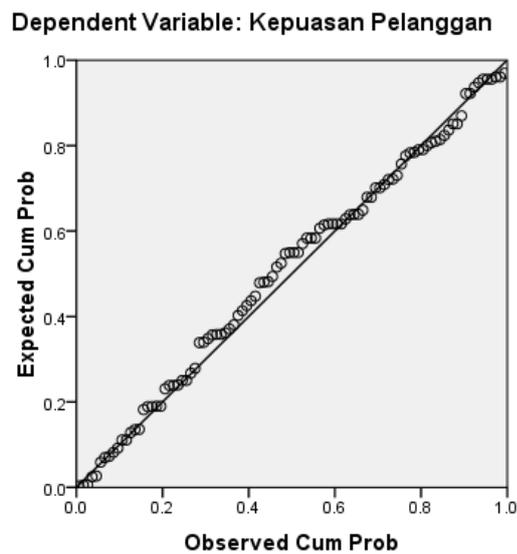
Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara grafik dan analisa statistik. Uji normalitas dengan cara analisis grafik dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal *P-P Plots Of Regression Standardized Residual*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan pada :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal (menyerupai lonceng), maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.5

Uji Normalitas (Normal P-Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Adalah bahwa tidak ada korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas). Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa antara variabel bebas satu dengan lainnya merupakan variabel yang setara. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinieritas, diuji dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance. Terpenuhi

asumsi kolinearitas adalah jika pada model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah multikolinieritas yang dibuktikan dengan :

- Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan lebih besar daripada 0.2
- Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

Tabel 4.8

Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.666	3.408		.195	.845		
	Kualitas Produk	.130	.036	.325	3.604	.000	.935	1.069
	Pelayanan Purna Jual	.277	.052	.485	5.369	.000	.935	1.069

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Untuk menguji persyaratan analisis multikolinieritas menggunakan tabel coefficients Collinearity Statistics diatas. Dari tabel tersebut nilai tolerance kedua variabel penjelas tidak kurang dari 0,2 ($0,935 > 0,2$) serta nilai VIF keduanya adalah kurang dari 10 ($1,069 < 10$), maka dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier ganda tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.3.3.3 Uji Autokolerasi

Uji Durbin Watson adalah sebuah test yang digunakan untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi pada nilai residual (prediction errors) dari sebuah analisis regresi.

Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. $dU < DW < 4 - dU$: tidak ada autokorelasi
- b. $dL < DW < dU$ atau $4 - dU < DW < 4 - dL$: tidak dapat disimpulkan
- c. $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$: terjadi autokorelasi positif /
negatif

Nilai dL dan dU diperoleh melalui tabel Durbin Watson, dengan jumlah responden sebanyak 100 serta $\alpha = 5\%$, maka :

$$dL = 1,633 \quad 4-dL = 4 - 1,633 = 2,367$$

$$dU = 1,715 \quad 4-dU = 4 - 1,715 = 2,285$$

Tabel 4.9
Uji Asumsi Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.510 ^a	.261	.245	1.515	1.862

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.9 besarnya nilai Durbin Watson (DW) adalah sebesar 1,862. Dengan demikian nilai DW (1,862) terletak diantara pada posisi dU (1,715) $< DW < 4 - dU$ (2,285), jadi dapat disimpulkan model regresi yang dihasilkan tidak terjadi gejala autokolerasi.

4.4 Uji Regresi Linear Ganda

Analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier ganda. Analisis regresi linier ganda bertujuan untuk melakukan peramalan besarnya nilai terikat (Y) bila nilai variabel bebas (X) variabel bebas telah diketahui atau sebaliknya untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) bila variabel terikat (Y) telah diketahui.

Tabel 4.10

Model Summary Regresi Linier Ganda Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.261	.245	1.515

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.10 diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,510$ dan koefisien determinasi ganda $R^2 = 0,261$. Koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan simultan antara variabel independen (X_1 dan X_2) dengan variabel dependen (Y) adalah sebesar 0,510. Koefisien determinan ganda atau $R^2 = 0,261$ angka ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (X_1 dan X_2) mempengaruhi variabel dependen (Y) sebesar 26,1% atau variabel Y secara simultan dapat dijelaskan oleh variabel X_1 dan X_2 sebesar 26,1%.

Tabel 4.11

Coefficients Regresi Linier Ganda Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.666	3.408		.195	.845
	Kualitas Produk	.130	.036	.325	3.604	.000
	Pelayanan Purna Jual	.277	.052	.485	5.369	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.14 diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda berdasarkan kolom B sebagai berikut : $Y = 0,666 + 0,130X_1 + 0,277X_2$

Persamaan diatas dapat diartikan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pelayanan Purna Jual memiliki nilai Konstan yaitu sebesar 0,666. Sedangkan Kualitas Produk berpengaruh sebesar 13,0% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Pelayanan Purna Jual berpengaruh sebesar 27,7% terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.4.1 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikansinya maka digunakan output berikutnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11

Anova Regresi Linier Ganda Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.418	2	39.209	17.088	.000 ^a
	Residual	222.572	97	2.295		
	Total	300.990	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai F sebesar 17,088 dan Sig. sebesar 0.000, karena nilai sig. < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengujian Hipotesis dilakukan sebanyak dua kali sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh parsial yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar $b_1 = 0,130$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 0,666 + 0,130X_1 + 0,277X_2$ hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_0: b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a: b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar $b_1 = 0,130$ memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0,000 karena $b_1 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ($\text{Sig } t < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,005$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengujian Hipotesis Parsial Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh parsial yang signifikan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) sebesar $b_2 = 0,277$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 0,666 + 0,130X_1 + 0,277X_2$ hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_0: b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a: b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) sebesar $b_2 = 0,277$ memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0,000 karena $b_2 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ($\text{Sig } t < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,005$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh Pelayanan Purna

Jual (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh parsial Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.5 Pembahasan

Kuesioner pada penelitian ini digunakan sebagai pengukuran variabel yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian.

Dengan uji reabilitas ditemukan bahwa seluruh item pernyataan yang telah valid pada masing-masing variabel penelitian dapat dibuktikan reabilitasnya, dan dapat dikatakan bahwa kuesioner merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

4.5.1 Pengaruh Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Produk memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan arah positif, artinya semakin tinggi Kualitas Produk yang ditawarkan maka akan semakin tinggi Kepuasan Pelanggan. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk $b_1 = 0,130$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 0,666 + 0,130X_1 + 0,277X_2$. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Yun Yie (2010) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

PT fistrarindo Adhiprima. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

4.5.2 Pengaruh Parsial Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan Purna Jual memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan arah positif, artinya semakin tinggi Pelayanan Purna Jual yang ditawarkan maka akan semakin tinggi Kepuasan Pelanggan. Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk $b_2 = 0,277$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 0,666 + 0,130X_1 + 0,277X_2$. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Endah Ari Cakrawati (2014) yang menyatakan bahwa Pelayanan Purna Jual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna ban Achilles dan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ban adalah Pelayanan Purna Jual, hal ini berarti faktor Pelayanan Purna Jual sangat penting untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

4.5.3 Pengaruh Simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. R Square = 0,261 memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar 0,000, karena $\rho \neq 0$ dan probabilitas F hitung lebih kecil dari pada taraf uji penelitian (Sig F < α atau $0,000 < 0,005$, berarti pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan

Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Melisa Tamuwijaya (2013) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan Pipop Copy, baik secara simultan maupun parsial.

Signifikan hasil pengujian menunjukkan bahwa penelitian ini diterima yang berarti terdapat pengaruh simultan variabel Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh simultan Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology. Ditunjukkan oleh koefisien regresi Kualitas Produk sebesar $b_1 = 0,130$ dengan probabilitas $\text{Sig} = 0,000$, artinya semakin tinggi Kualitas Produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan produk sandwich panel PT Indomodule Pratama Technology.
2. Pelayanan Purna Jual mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology. Ditunjukkan oleh koefisien regresi Kualitas Produk sebesar $b_2 = 0,277$ dengan probabilitas $\text{Sig} = 0,000$, artinya semakin tinggi Pelayanan Purna Jual yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan produk sandwich panel PT Indomodule Pratama Technology.
3. Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indomodule Pratama Technology, dimana Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual secara

bersama-sama mempengaruhi 26,1% variasi Kepuasan pelanggan. Sementara sisanya 73,9 dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perlunya mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk PT Indomodule Pratama Technology untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat mempertahankan pelanggan tetap dan mendapatkan pelanggan baru.
2. Pelayanan Purna Jual perlu untuk dipertahankan dan ditingkatkan dengan kualitas yang lebih baik lagi mengingat hasil analisis menjelaskan bahwa pelayanan purna jual mempunyai pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya terhadap kepuasan pelanggan.
3. Mengingat koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari penelitian ini sebesar 0,261 atau 26,1%, hal ini berarti kemampuan model dalam menjelaskan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan baru sebesar 26,1% masih tergolong rendah, sehingga peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Indomodule Pratama Technology.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas*, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Basu Swastha, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, William J. Stanton. 2004. *Management Pemasaran Modern*. PT. Grasindo Persada. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Montgomery, D.C. 1996. *Pengantar Pengendalian Kualitas Statistik*. Terjemahan. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi OFFSET.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Hendra Teguh dkk. Edisi 1. Jakarta: PT Perhalindo.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson
- Armistead, Colin G. dan Graham Clark. (1996). *Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan: Penerapan Strategi Yang Efektif*. Terjemahan. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Sembilan. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Penerbit PT. Prenhallindo : Jakarta.

- Andreassen, T.W., 1994, "Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in The Public Sectors," *International Journal of Public Sector Management*, Vol 7 No 2, p16-34
- Fornell and Wernerfelt (1987) *Defensive Marketing Strategy By Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis*, *Journal of Marketing Research*.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Diana Arief (2011). *Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Motor Honda di Kota Makassar*.
- Yun Yie (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Offistarindo Adhiprima*.
- Endah Ari Cakrawati (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Penjualan dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pengguna Ban Achilles*.
- Melissa Tamuwijaya (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PIPOP COPY*.
- Bayu Handyanto Mulyono (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi kasus pada perumahan Puri Mediterania Semarang)*.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT INDOMODULE PRATAMA TECHNOLOGY.

Pengantar :

Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data yang akan menjadi bagian dari skripsi. Pada kuesioner ini tidak ada jawaban yang benar atau salah, untuk itu Anda diharapkan untuk menjawab semua pertanyaan yang diberikan seakurat mungkin berdasarkan pengalaman Anda.

Terima kasih sebelumnya untuk bantuan dan dukungan Anda.

Hormat saya,

Sylva Erlyza Noor

Pilih salah satu jawaban dari pertanyaan-pertanyaan berikut ini yang Bapak/Ibu/Sdr/i. anggap paling tepat dan berilah tanda silang (X) atau tanda cek (V) pada tempat yang tersedia.

Data Responden :

Nama Perusahaan :

Diisi Oleh :

Jabatan :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Usia : () 30-35 () 36-40 () 41 Lebih

Jenis Project : () Clean room () Cold room () Modular

Keterangan pilihan jawaban :

1 = Mengecewakan

2 = Kurang

3 = Cukup

4 = Memuaskan

5 = Sangat Memuaskan

Mohon lingkari angka yang sesuai pilihan :

KLASIFIKASI	NO	SURVEY ITEM	SKALA KEPUASAN				
			1	2	3	4	5
KUALITAS PRODUK	1	Tidak mudah terbakar	1	2	3	4	5
	2	Memiliki kekuatan yang tinggi (tidak memerlukan landasan yang kuat)	1	2	3	4	5
	3	Tahan terhadap suhu luar ruangan	1	2	3	4	5
	4	Suhu dalam ruangan tahan lama	1	2	3	4	5
	5	Tahan terhadap korosi	1	2	3	4	5
	6	Cat tidak mudah luntur	1	2	3	4	5
	7	Ukuran Custome made (bisa dibuat sesuai pesanan)	1	2	3	4	5
	8	Desain produk fleksibelitas	1	2	3	4	5
	9	Kualitas material terjamin	1	2	3	4	5
	10	Higenis	1	2	3	4	5
	11	Mudah dibersihkan	1	2	3	4	5
	12	Proses Pemasangan Cepat	1	2	3	4	5
	13	Dapat di aplikasikan pada dinding	1	2	3	4	5
	14	Dapat di aplikasikan pada atap	1	2	3	4	5
	15	Ramah lingkungan	1	2	3	4	5

PELAYANAN PURNA JUAL	16	Perusahaan tanggap terhadap klaim garansi	1	2	3	4	5
	17	Perusahaan menyesuaikan pemenuhan janjinya terhadap klaim garansi	1	2	3	4	5
	18	Perusahaan cepat memenuhi janji Terhadap klaim garansi	1	2	3	4	5
	19	Penggantian barang yang rusak cepat ditanggapi perusahaan	1	2	3	4	5
	20	Perusahaan menanggapi klaim penggantian barang yang rusak dengan baik.	1	2	3	4	5
	21	Perusahaan menanggapi klaim perbaikan dengan baik.	1	2	3	4	5
	22	Respon perusahaan terhadap layanan perbaikan dilakukan dengan cepat	1	2	3	4	5
	23	Lengkapnya ketersediaan accessories	1	2	3	4	5
	24	Accessories mudah didapatkan	1	2	3	4	5
	25	Hasil perbaikan sesuai keinginan konsumen	1	2	3	4	5
KEPUASAN PELANGGAN	26	Perusahaan merespon keluhan dengan baik	1	2	3	4	5
	27	Perusahaan menindaklanjuti keluhan dengan cepat	1	2	3	4	5
	28	Hasil pekerjaan sesuai harapan konsumen	1	2	3	4	5
	29	Kinerja kualitas produk bagus	1	2	3	4	5
	30	Kinerja kualitas pelayanan purna jual bagus	1	2	3	4	5

Hasil Kuesioner Variabel X ₁ (Kualitas Produk)																
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Jumlah
1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	58
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64
6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	72
7	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	64
8	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	64
9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	63
10	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	67
11	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	66
12	4	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	62
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
14	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
15	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	69
16	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	62
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
19	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61
20	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	68
21	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	60
22	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	60
23	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	65
28	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	64
29	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	66
30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	62
31	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3	66
32	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	69
33	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	73
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	62
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	73
37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	62
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
39	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	73
40	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	61

41	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	60
42	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	68
43	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	67
44	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	65
45	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	66
46	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	69
47	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	69
48	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
49	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	69
50	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
52	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	73
53	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	68
54	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	67
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
56	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	63
57	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	67
58	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	66
59	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	65
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	63
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
63	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	65
64	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	69
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
66	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	68
67	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
68	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
69	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	62
70	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	71
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	67
73	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	66
74	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	70
75	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	68
76	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	67
77	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	68
78	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	66
79	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	70
80	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	70
81	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65
82	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	70
83	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	64
84	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	70

85	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	68
86	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	67
87	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	67
88	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	66
89	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
90	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	66
91	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	63
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
93	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	65
94	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	62
95	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	63
96	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72
97	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	64
98	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	70
99	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	68
100	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	66

Hasil Kuesioner Variabel X ₂ (Pelayanan Purna Jual)											
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Jumlah
1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
8	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
26	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
32	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
33	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
34	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
37	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

41	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
42	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
43	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
47	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
48	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
49	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	3	4	3	4	3	3	5	5	3	37
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
56	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
57	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
58	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
59	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	3	4	3	4	3	4	4	5	5	4	39
62	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	34
63	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
64	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
67	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
70	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
74	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
79	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
84	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35

85	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
86	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
89	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
93	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
94	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
95	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
96	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
99	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	34
100	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	34

Hasil Kuesioner Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)						
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Jumlah
1	3	3	4	4	3	17
2	4	4	4	5	4	21
3	3	3	4	4	3	17
4	3	3	4	3	3	16
5	4	4	5	4	4	21
6	4	4	5	5	4	22
7	3	3	4	4	3	17
8	4	4	5	4	4	21
9	4	4	4	3	4	19
10	4	4	3	3	4	18
11	4	4	4	3	4	19
12	3	3	4	3	3	16
13	4	4	4	3	4	19
14	4	4	5	4	4	21
15	3	3	5	4	3	18
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	5	5	3	19
19	3	3	4	4	3	17
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	4	3	3	16
22	4	4	4	3	4	19
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	5	5	4	22
25	4	4	4	3	4	19
26	3	3	4	4	3	17
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	3	4	19
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	5	5	3	19
32	3	3	5	5	3	19
33	3	3	5	5	3	19
34	3	3	5	5	3	19
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	5	5	4	22
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	5	5	4	22
40	4	4	4	4	4	20

41	4	4	5	4	4	21
42	3	3	4	4	3	17
43	3	3	5	4	3	18
44	4	4	5	4	4	21
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	5	5	4	22
47	4	4	5	5	4	22
48	4	4	5	4	4	21
49	3	3	5	5	3	19
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	5	5	4	22
52	4	4	5	4	4	21
53	4	4	5	4	4	21
54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	5	5	3	19
56	3	3	4	4	3	17
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	5	4	4	21
59	3	3	4	4	3	17
60	4	4	4	4	4	20
61	3	3	5	4	3	18
62	2	2	4	4	2	14
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	5	4	4	21
65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	5	3	3	17
67	4	4	4	3	4	19
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	5	4	4	21
70	4	4	5	4	4	21
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	5	4	4	21
73	3	3	5	5	3	19
74	3	3	5	5	3	19
75	3	3	5	4	3	18
76	3	3	5	5	3	19
77	4	4	5	5	4	22
78	4	4	5	3	4	20
79	3	3	5	5	3	19
80	3	3	5	4	3	18
81	4	4	4	5	4	21
82	4	4	5	5	4	22
83	4	4	5	4	4	21
84	4	4	5	3	4	20

85	3	3	5	4	3	18
86	3	3	5	5	3	19
87	4	4	5	4	4	21
88	4	4	5	4	4	21
89	4	4	5	5	4	22
90	3	3	4	5	3	18
91	4	4	4	4	4	20
92	3	3	5	2	3	16
93	4	4	5	4	4	21
94	4	4	5	4	4	21
95	3	3	5	4	3	18
96	4	4	4	5	4	21
97	4	4	4	3	4	19
98	4	4	5	5	4	22
99	2	3	4	4	3	16
100	2	3	5	4	3	17

OUTPUT SPSS KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Jenis Project
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	90	90.0	90.0	90.0
	Perempuan	10	10.0	10.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-35	25	25.0	25.0	25.0
	36-40	45	45.0	45.0	70.0
	>41	30	30.0	30.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Jenis Project

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Clean Room	70	70.0	70.0	70.0
Cold Room	20	20.0	20.0	90.0
Modular	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS

VARIABEL KUALITAS PRODUK

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Produk 1	61.27	16.401	.607	.836
Kualitas Produk 2	61.30	17.121	.425	.846
Kualitas Produk 3	61.06	17.107	.412	.847
Kualitas Produk 4	61.33	16.385	.641	.835
Kualitas Produk 5	61.16	17.550	.278	.854
Kualitas Produk 6	61.19	17.428	.308	.852
Kualitas Produk 7	61.37	16.276	.602	.836
Kualitas Produk 8	61.12	17.157	.355	.850
Kualitas Produk 9	61.37	16.619	.451	.845
Kualitas Produk 10	61.37	16.256	.607	.836
Kualitas Produk 11	61.35	16.917	.393	.848
Kualitas Produk 12	61.30	17.121	.425	.846
Kualitas Produk 13	61.27	16.401	.607	.836
Kualitas Produk 14	61.27	16.401	.607	.836
Kualitas Produk 15	61.37	16.256	.607	.836

VARIABEL PELAYANAN PURNA JUAL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan Purna Jual 1	33.50	7.626	.460	.811
Pelayanan Purna Jual 2	33.42	7.337	.673	.788
Pelayanan Purna Jual 3	33.50	7.626	.460	.811
Pelayanan Purna Jual 4	33.42	7.337	.673	.788
Pelayanan Purna Jual 5	33.49	7.626	.464	.811
Pelayanan Purna Jual 6	33.41	7.335	.682	.788
Pelayanan Purna Jual 7	33.42	7.337	.673	.788
Pelayanan Purna Jual 8	33.29	8.632	.183	.835
Pelayanan Purna Jual 9	33.31	8.681	.154	.838
Pelayanan Purna Jual 10	33.41	7.335	.682	.788

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan Pelanggan 1	15.88	1.783	.652	.408
Kepuasan Pelanggan 2	15.86	1.859	.671	.413
Kepuasan Pelanggan 3	14.97	2.656	.066	.697
Kepuasan Pelanggan 4	15.39	2.503	.039	.756
Kepuasan Pelanggan 5	15.86	1.859	.671	.413

UJI REABILITAS

VARIABEL PELAYANAN PURNA JUAL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	8

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

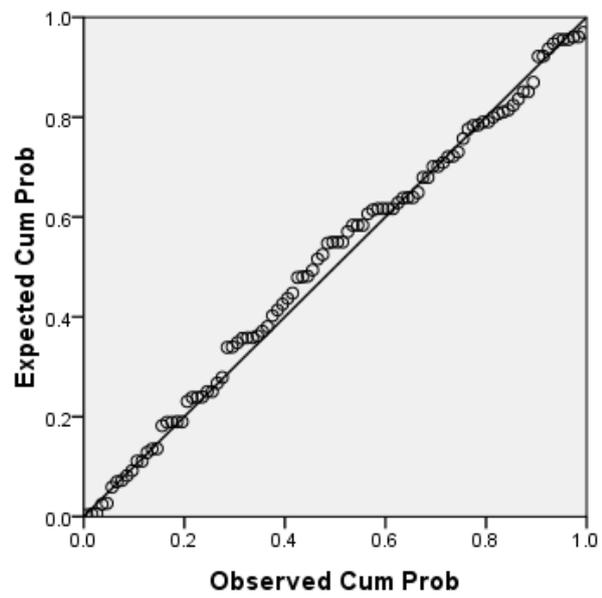
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.992	3

UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



UJI REGRESI BERGANDA

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan Purna Jual, Kualitas Produk ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.261	.245	1.515

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.418	2	39.209	17.088	.000 ^a
	Residual	222.572	97	2.295		
	Total	300.990	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.666	3.408		.195	.845
	Kualitas Produk	.130	.036	.325	3.604	.000
	Pelayanan Purna Jual	.277	.052	.485	5.369	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17.33	22.63	19.49	.890	100
Residual	-4.116	2.835	.000	1.499	100
Std. Predicted Value	-2.422	3.524	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.717	1.871	.000	.990	100

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel nilai r Product Moment

df	One-Tail	Two-Tail	df	One-Tail	Two-Tail
1	0.9877	0.9969	51	0.2284	0.2706
2	0.9000	0.9500	52	0.2262	0.2681
3	0.8054	0.8783	53	0.2241	0.2656
4	0.7293	0.8114	54	0.2221	0.2632
5	0.6694	0.7545	55	0.2201	0.2609
6	0.6215	0.7067	56	0.2181	0.2586
7	0.5822	0.6664	57	0.2162	0.2564
8	0.5494	0.6319	58	0.2144	0.2542
9	0.5214	0.6021	59	0.2126	0.2521
10	0.4973	0.5760	60	0.2108	0.2500
11	0.4762	0.5529	61	0.2091	0.2480
12	0.4575	0.5324	62	0.2075	0.2461
13	0.4409	0.5140	63	0.2058	0.2441
14	0.4259	0.4973	64	0.2042	0.2423
15	0.4124	0.4821	65	0.2027	0.2404
16	0.4000	0.4683	66	0.2012	0.2387
17	0.3887	0.4555	67	0.2097	0.2369
18	0.3783	0.4438	68	0.1982	0.2352
19	0.3687	0.4329	69	0.1968	0.2335
20	0.3598	0.4227	70	0.1954	0.2319
21	0.3515	0.4132	71	0.194	0.2303
22	0.3438	0.4044	72	0.1927	0.2287
23	0.3365	0.3961	73	0.1914	0.2272
24	0.3297	0.3882	74	0.1901	0.2257
25	0.3233	0.3809	75	0.1888	0.2242
26	0.3172	0.3739	76	0.1876	0.2227
27	0.3115	0.3673	77	0.1864	0.2213
28	0.3061	0.3610	78	0.1852	0.2199
29	0.3009	0.3550	79	0.1841	0.2185
30	0.2960	0.3494	80	0.1829	0.2172
31	0.2913	0.3440	81	0.1818	0.2159
32	0.2869	0.3388	82	0.1807	0.2146
33	0.2826	0.3338	83	0.1796	0.2133
34	0.2785	0.3291	84	0.1786	0.2120
35	0.2746	0.3246	85	0.1775	0.2108
36	0.2709	0.3202	86	0.1765	0.2096
37	0.2673	0.3160	87	0.1755	0.2084
38	0.2638	0.3120	88	0.1745	0.2072
39	0.2605	0.3081	89	0.1735	0.2061
40	0.2573	0.3044	90	0.1726	0.2050
41	0.2542	0.3008	91	0.1716	0.2039
42	0.2512	0.2973	92	0.1707	0.2028
43	0.2483	0.2940	93	0.1698	0.2017
44	0.2455	0.2907	94	0.1689	0.2006
45	0.2429	0.2876	95	0.1680	0.1996
46	0.2403	0.2845	96	0.1671	0.1986
47	0.2377	0.2816	97	0.1663	0.1975
48	0.2353	0.2787	98	0.1654	0.1966
49	0.2329	0.2759	99	0.1646	0.1956
50	0.2306	0.2732	100	0.1638	0.1946

KARTU BIMBINGAN

Dosen Pembimbing 1 : Dra. Yuli Triastuti,, MM.....

Nama Mahasiswa : Sylva Erlyza Noor.....

NIM : 2013521676.....

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap
Kepuasan Pelanggan PT Indomodule Pratama Technology......

Tgl Bimbingan	Topik Bimbingan	Td. Tangan Pembimbing
06/05/17	- Judul OK - Latar Belakang Masalah - Tambahkan alinea tentang Kepuasan yang masih kurang	
20/05/17	* Bab 1 OK - Bab 2 Landasan Teori - Tambahkan teori tentang kualitas produk dan pelayanan - purna jual * Penelitian terdahulu dibuat tabel	
15/07/17	* Bab 2 OK - Metodologi → Buat Kuesioner, sesuaikan dengan variabel operasional / indikator	
20/07/17	- Bab 1 } - Bab 2 } OK - Bab 3 } → sebar kuesioner - Lanjut ke Bab 4	
07/08/17	- Hasil penelitian. OK - Kesimpulan → dibuat point-point - Saran harus yang bisa diaplikasikan	
09/08/17	- Bab 4 OK - Bab 5 OK	
14/08/17	- Acc. Ujian Skripsi / Sidang	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sylva Erlyza Noor
Tempat/Tgl Lahir : Jakarta,23 Oktober 1986
Agama : Islam
Alamat : Permata Cimanggis Cluster Topaz E7/47
Tapos, Depok – Jawa Barat

RIWAYAT PENDIDIKAN

2013-2017 S1 Manajemen STIE IPWI Jakarta
2005-2007 Diploma 2 Bisnis Administrasi LP3I Jakarta
2002-2005 SMK N 12 Jakarta Jurusan Penjualan
1999-2002 SMP N 282 Jakarta
1994-1999 SD N Kebon Bawang 01 pagi Jakarta

RIWAYAT PEKERJAAN

2012-sekarang PT Indomodule Pratama Technology
2011-2012 PT. Kanuc Indonesia
2007-2011 PT. Karuniatama Polypack