

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN MESIN CUCI MEREK POLYTRON DI MEDAN

Oleh :

Eka Umi Kalsum,

Program Studi Manajemen, Universitas Al-Azhar Medan
Email : ekaumi1979@gmail.com

Sri Liniarti,

Program studi Akuntansi, Universitas Al-Azhar Medan
Email : Srie.liniarty8877@gmail.com

Rizky Surya Andhayani Nasution

Email : kikienasution24@gmail.com

Article Info

Article History :

Received 16 Nov - 2022

Accepted 25 Nov - 2022

Available Online

30 Nov - 2022

Abstract

This article highlight of product quality and services on customer satisfaction using Polytron brand washing machines in Medan, North Sumatra. Theories used in this study include product quality theory, service theory and consumer satisfaction theory. The population in this study were 78 users of Polytron brand washing machines in Medan City, North Sumatra. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The research method uses a descriptive quantitative approach that is supported by a survey, and is explanatory. The results of the study by testing the t-test hypothesis showed that product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction using Polytron brand washing machines in Medan. Service has a positive and significant impact on consumer satisfaction using Polytron brand washing machines in Medan. The results of the F test indicate that the quality of products and services has a positive and significant effect on consumer satisfaction using Polytron brand washing machines in Medan. The value of the coefficient of determination (R2) of product and service quality is able to explain the consumer satisfaction variable of 95.5% and the remaining 4.5% is influenced by other variables not examined in this study such as price, promotion, location and so on.

Keyword :

*product quality, service,
customer satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri mesin cuci mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan tingkat persaingan yang tajam. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat para produsen mesin cuci menciptakan berbagai jenis varian mesin cuci, sehingga saat ini kita bisa melihat berbagai jenis dan merek mesin cuci bermunculan, yang salah satunya adalah mesin cuci merek Polytron yang menjadi primadona masyarakat.

Agar konsumen tertarik menggunakan mesin cuci merek Polytron maka perusahaan dituntut untuk menciptakan kualitas produk yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumen. Kualitas produk merupakan

manfaat kemampuan apa saja yang diberikan oleh produk yang ditawarkan oleh produk tertentu, oleh sebab itu mesin cuci merek Polytron memberikan keunggulan produknya kepada konsumen seperti 1). Produk Lengkap, mesin cuci ini tersedia dalam dua kategori yaitu 1 dan 2 tabung dengan spesifikasi Polytron Woderwash Series merupakan seri mesin cuci paling canggih dengan model pintu bukaan depan. Polytron Zeromatic Series mengadopsi model pintu bukaan atas. Polytron Primadona Samba Series menjadi produk paling terjangkau untuk kalangan menengah kebawah yang membawa model 2 tabung; 2). Harga Murah, produk. Polytron memang terkenal sebagai produsen yang menjual mesin

cuci dengan harga murah; 3). Bergaransi, untuk memberi rasa aman bagi para pelanggan dari kemungkinan kesalahan dalam proses perakitan, maka Polytron memberi garansi untuk semua produk mereka. Dengan ketentuan tidak melanggar syarat dan ketentuan yang berlaku; 4). Praktis, Mesin cuci Polytron membantu mengatasi semua masalah cuciannya sehingga aktivitas mencuci baju semakin praktis dan menyenangkan, tidak perlu waktu lama, hanya dengan menekan beberapa tombol maka semua baju bersih juga hampir kering.

Meskipun mesin cuci merek polytron telah memberikan banyak keunggulan dalam hal kualitas produknya, namun mesin cuci ini juga memiliki kekurangan yang meliputi : 1). Desain 2 Tabung Kurang Bagus dengan bahan plastik ; 2). Informasi dan Panduan Kurang memberikan penjelasan detail mengenai unit yang ditawarkan kepada calon konsumen.

Selain menciptakan kualitas produk yang baik untuk memenuhi kepuasan pelanggan produsen mesin cuci Polytron juga berusaha memberikan pelayanan yang optimal. Pelayanan yang diberikan oleh Polytron dalam hal memuaskan konsumennya meliputi : Penyediaan outlet service center , pelayanan purna pembelian, pelayanan *e-commerce* yang memberikan kemudahan dalam berbelanja, memberikan pelayanan gratis ongkos kirim, DAN kemudahan dalam penyampaian pengaduan.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) bahwa “kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.. Sedangkan menurut Cannon dkk (2009) bahwa “kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan”.

Menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa “terdapat sembilan indikator yang dapat diukur kualitas produk, antara lain : 1). Bentuk/*form*,meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk; 2). Fitur/*feature*, karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk; 3). Kualitas kinerja/*performance quality*, adalah tingkat

dimana karakteristik utama produk beroperasi; 4). Kesan kualitas/*perceived quality*, merupakan hasil daripenggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsungkarena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan; 5). Ketahanan/*durability*, ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu; 6). Keandalan/*reability*, ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu; 7). Kemudahan Perbaikan /*repairability*, ada ukuran kemudahan dalam perbaikan produk ketika produk ini tidak berfungsi atau gagal dalam waktu tertentu; 8). Gaya/*style* menggambarkan penampilan dari produk tersebut kepada konsumen ; 9). Desain/*design*, adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen”.

Menurut Baum (2012) “faktor yang mempengaruhi kualitas produk ada 9 faktor yang dikenal dengan 9 M, yaitu :1) *Market* (pasar); 2). *Money* (modal); 3). *Management* (manajemen); 4). *Men* (sumber daya manusia); 5). *Motivation* (motivasi); 6). *Materials* (bahan); 7). *Machine and Mechanization* (mesin dan mekanisasi); 8). *Modern information method* (metode informasi modern); 9). *Mounting product reliurement* (persyaratan proses produksi)”. Sedangkan menurut Assauri (2011) “faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk yaitu : 1). Fungsi dari suatu produk; 2). Wujud luar produk; 3). Biaya produk tersebut”.

Teori Pelayanan

Menurut Sinambela (2010) “pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan”. Sedangkan menurut Kotler (2012) bahwa “pelayanan merupakan sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain”. Menurut Berry (2012) ada tiga karakteristik pelayanan, meliputi : 1). Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (*more intangible than tangible*). 2). Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*). 3). Kurang memiliki standar keseragaman (*less standardized and uniform*)”. Gronroos dalam

Purnama (2008) bahwa “prinsip pelayanan meliputi : 1). Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan. Terdiri dari : dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses dan *service mindedness*; 2). Kualitas teknis dengan output yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, ketepatan pelayanan dan estetika output; 3). Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi dimata konsumen”.

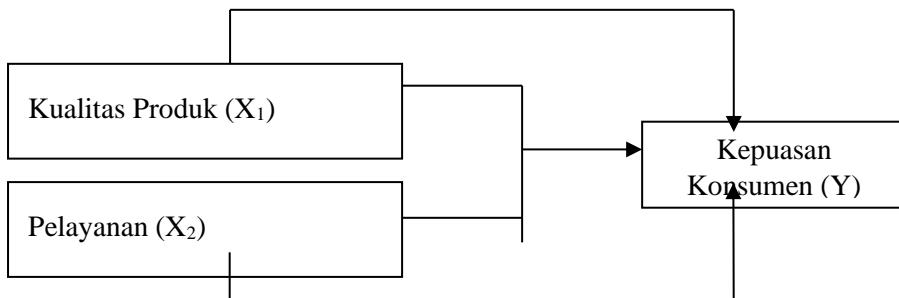
Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry (2011) “untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi pelayanan, yaitu : 1). *Tangibles* (berwujud) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi; 2). *Realinity* (kehandalan) : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya; 3). *Responsives* (ketanggapan) : kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen; 4). *Assurance* (jaminan) : kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam menyakinkan kepercayaan konsumen; 5). *Emphaty* (empati) : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen”.

Teori Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016) “kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja ang dipersepsi dengan harapannya”. Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2002) “bahwa kepuasan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukan oleh konsumen dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa”. Menurut Lupyoadi (2014) “ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan perusahaan, yaitu : 1). Kualitas Produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil yang mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas; 2). Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan; 3). Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila

menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu; 4). Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan; 5). Biaya, yaitu pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut”. Menurut Zeithaml dalam Daryanti dan Setyobudi (2014) “kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas pelayanan, harga, faktor situasional, dan faktor personal”. Menurut Kotler (2012) “metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu : 1). Sistem keluhan dan saran. 2). *Ghost shopping* atau *Mystery shopper*. 3). Analisa pelanggan yang hilang. 4). Survei kepuasan pelanggan”. Menurut Tjiptono dan Chandra (2013) bahwa “indikator kepuasan pelanggan meliputi: 1). Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). 2). Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*); 3). Minat beli ulang (*repurchase intent*); 4). Kesedian untuk merekomendasi (*willingness to recommend*)”.

Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, penulis membuat kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

1. Hipotesis 1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara.
2. Hipotesis 2 : Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara.
3. Hipotesis 1 : Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2016) “kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semangkin tinggi kualitas produk maka semangkin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan”. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen (Gaspersz, 2005). Penelitian yang dilakukan Afnina dan Yulia Hastuti (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Aneka Jaya Langsa”. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli setiap barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas, berpusat pada upaya perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan

dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian guna mengimbangi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2010) “pelayanan yang berkualitas adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen”. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Ari Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar”. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan (2008) bahwa “faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai pelayanan, kualitas produk, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat”. Penelitian yang dilakukan oleh Nikie Hartadi, Nur Elfi Husda (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam”. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Medan Propinsi Sumatera Utara. Jenis data penelitian adalah kuantitatif yang terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi, penyebaran kuesioner dan wawancara pada pengguna mesin cuci

polytron di kota Medan. Data sekunder yaitu data yang berasal dari jurnal, dokumen, dan peraturan lainnya yang mendukung penelitian ini.

Teknik pengumpulan data (instrumen) yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi. 1. Observasi adalah kegiatan penelitian dengan terjun langsung melakukan pengamatan di lapangan sesuai dengan objek yang diamati. 2. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disebarluaskan dan diberikan kepada informan untuk menjawab pertanyaan dengan menconteng bobot sesuai asumsi kategori. 3. Dokumentasi adalah data sekunder yang telah diolah dan dijadikan arsip untuk memperkuat hasil pengamatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna mesin cuci polytron di kota Medan yang berjumlah 78 orang. Jadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 78 orang yang dipilih dengan menggunakan metode pengambilan sampel convenience sampling yaitu sampel yang ditemukan dengan mudah. Alasan digunakannya metode ini adalah karena jumlah pengguna mesin cuci merek polytron di Medan tidak teridentifikasi.

Alat uji statistik yang dipergunakan untuk menganalisis hipótesis dalam penelitian ini adalah uji t dan uji F. Untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen digunakan Analisis Regresi

Linier Berganda (Multiple Regresión Análisis). Adapun model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : dengan melihat R-Squarenya. Semakin besar nilai dari R-Square variabel independen, maka semakin besar pula variabel tersebut mendominasi variabel dependennya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, lebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument. Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan mengambil 30 responden yang tidak termasuk dalam sampel penelitian. Menurut Sugiono (2018) bahwa "jika nilai validitas setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid". Setelah dilakukan pengujian diperoleh bahwa nilai signifikansi pengujian (Sig.) masing-masing variabel penelitian jauh lebih kecil dari 5%, Hal ini berarti masing-masing butir indikator adalah valid.

Uji realibilitas dimaksudkan untuk menunjukkan tentang sifat suatu alat ukur apakah cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Perhitungan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS dengan menggunakan metode konsistensi internal melalui teknik analisis varian dari *Alpha Cronbach* ($\alpha > 60\%$). Berdasarkan hasil koefisien *cronbach Alpha* dari setiap variabel lebih besar dari 60 % (0,60). Artinya semua pertanyaan yang ada pada masing-masing dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Berikut disajikan hasil analisis regresi berganda :

Tabel 1. Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5,898	,935	
Kualitas Produk	1,821	,167	,513
Pelayanan	3,519	,140	,393

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1 diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,898 + 1,821 X_1 + 3,519 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂	= Koefisien Regresi
X ₁	= Kualitas Produk
X ₂	= Pelayanan
e	= Error

Pengujian koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk melihat seberapa besar

variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Dengan kata lain koefisien determinan digunakan untuk mengukur kemampuan variabel kualitas produk dan Pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara. Besar nilai koefisien determinan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893a	.955	.832	.06902

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

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan koefisien determinasi pada penelitian ini adalah nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,955. Hal ini berarti 95,5 % variable kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel X₁ (kualitas produk) dan variabel X₂ (pelayanan), sisanya 4,5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, lokasi dan sebagainya.

Uji t (Uji parsial) dilakukan untuk melihat secara individual pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel bebas

(independent) yaitu X₁, X₂ berupa kualitas produk dan pelayanan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Untuk lebih jelasnya uji t dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini :

Tabel 3. Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5.898	.935	.513	2.830	.005
	1.821	.167		2.124	.002
Pelayanan	3.519	.140	.393	3.703	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Nilai t_{hitung} untuk X_1 , lebih besar dari t_{tabel} ($2.124 > 1.664$), maka kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan terbukti signifikan ($0,002 < 0,05$). Sedangkan untuk X_2 , nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} ($3,703 > 1.664$), maka kualitas produk berpengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen dan signifikan yaitu ($0,002 < 0,05$).

Dalam Uji F (Uji serentak) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama (serentak) pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel bebas yaitu X_1 dan X_2 , kualitas produk dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu Y berupa kepuasan konsumen, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	6,148	2	3,074	6,868
	Residual	33,570	7	,448	
	Total	39,718	7		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Kualitas Produk dan pelayanan terhadap Kepuasan konsumen diperoleh nilai Fhitung sebesar 6.868 dengan probabilitas $0,002 < \alpha = 0,05$ atau Fhitung $>$ Ftabel yaitu $6.868 > 1.664$. Bawa kualitas produk (X_1) dan pelayanan (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y) menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara.

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara (uji hipotesis 1). Dihipotesiskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci

merek Polytron di Medan. Sementara uji signifikansi dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} diperoleh nilai t_{hitung} (2.124) $>$ t_{tabel} (1.664), berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek polytron di Medan Sumatera Utara pada taraf kepercayaan 95% (α 0,05). Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa hipotesi 1 terbukti. Maka penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Keller (2016), bahwa “kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semangkin tinggi kualitas produk maka semangkin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan”. Penelitian ini juga sejalan dengan Penelitian yang dilakukan Afnina dan Yulia Hastuti (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Aneka Jaya Langsa”.

Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara. (uji hipotesis 2). Dihipotesiskan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} diperoleh nilai t_{hitung} (3.703) $>$ t_{tabel} (1.664), berarti pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek polytron di medan Sumatera utara. pada taraf kepercayaan 95% (α 0,05). Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa hipotesi 2 terbukti. Maka penelitian sejalan dengan teori yang dikemukakan Tjiptono (2010) bahwa pelayanan yang berkualitas merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ni Made Ari Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar”.

Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara (uji hipotesis 3). Dihipotesiskan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian

pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} diperoleh nilai F_{hitung} (6.868) $>$ F_{tabel} (1.664), berarti kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek Polytron di Medan Sumatera Utara. Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa hipotesi 3 terbukti. Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Irawan (2008) bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pelayanan, kualitas produk, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Dan penelitian ini juga sejalan dengan Penelitian yang dilakukan Nikie Hartadi, Nur Elfi Husda (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam”.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 3 kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun kesimpulan tersebut sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek polytron di Medan Sumatera Utara.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek polytron di Medan Sumatera Utara.
3. Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan mesin cuci merek polytron di Medan Sumatera Utara.

6. REFERENSI

- Afnina dan Yulia Hastuti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Aneka Jaya Langsa. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis. Vol. 9. No. 1. 2018.
- Baum, Feigen. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perrault Jr. dan Jerome Mc Charty. 2009. Alih Bahasa Diana Angelica dan

Ria Cahyani. Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16. Jakarta. Salemba Empat.

Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi 15, Jilid 2.* New Jersey : Prentice – Hall, inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid 1 . Jakarta; Erlangga.

Kotler, Philip dan Gray Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ketujuh.* Jakarta: Salemba Empat

Purnama, Alamsyah. 2008. Membangun Indeks Kepuasan Pelanggan. Bandung. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Maret 2008 Vol. IX. No.1.

Lupiyoadi, R. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.

Purnama, Alamsyah. 2008. Membangun Indeks Kepuasan Pelanggan. Bandung. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Maret 2008 Vol. IX. No.1.

Ni Made Ari Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. E-Jurnal Manajemen Ubud Vol. 4. No. 8. 2015 : 2318-2332.

Sinambela, Lijan Poltak. 2010. Reformasi Pelayanan Publik. Bumi Aksara. Jakarta.