

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. SUZUKI INDOBALI TRADA CABANG KARANGASEM

I.G. Kertiyasa¹, K. K. Heryanda²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
e-mail: igedekertiyasa22@undiksha.ac.id, krisna.heryanda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peranan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Terdapat 95 responden yang digunakan dalam riset ini, dan *purposive sampling* merupakan teknik yang dipakai untuk mengambil sampel dalam riset ini. Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data yakni wawancara, kuesioner dan pencatatan dokumen. Teknik analisis data pada penelitian ini yakni kuantitatif dengan memakai analisis regresi linier berganda. Adapun hasilnya yakni seperti berikut (1) kualitas produk dan kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) kualitas produk berdampak positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan (3) kualitas pelayanan berdampak positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk.

Abstract

This research aims to examine the influence of product quality and service quality on customer satisfaction at PT. Suzuki Indobali Trada Karangasem Branch. The number of samples in this research were 95 respondents, the sample technique used was purposive sampling technique. The data methods used were interviews, questionnaires, and document recording. The data analysis technique in this research is quantitative using multiple linear regression analysis. The results indicate that (1) product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction, (2) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : customer satisfaction, service quality, product quality

1. Pendahuluan

Di zaman globalisasi sekarang, terdapat banyak persaingan dalam dunia usaha bermunculan seperti perusahaan-perusahaan di bidang industri otomotif khususnya di industri mobil. Persaingan semacam ini muncul karena gaya hidup dan konsumsi masyarakat telah berubah, dan mereka selalu berharap untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk kebutuhan fisik dan psikologis. Dengan begitu banyak pelaku usaha yang bergerak di rumupun usaha yang sama membuat para pelaku usaha perlu memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produknya, karena dengan strategi yang tepat bisa menarik para konsumen, dengan tetap memperhatikan beberapa faktor yang memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen. Berlandaskan dari Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan jika kepuasan konsumen yakni suatu ungkapan rasa yang diartikan oleh seseorang ketika mereka membandingkan hasil dari sebuah barang atau jasa dengan apa yang diharapkan oleh mereka. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya yakni kepuasan dari konsumen (Nugroho, 2015:162).

Beberapa keputusan yang sering dipertimbangkan oleh konsumen seperti memperhatikan kualitas produk yang diinginkan serta pelayanan yang dirasakan atau diberikan oleh pihak perusahaan, kondisi ini mewajibkan pelaku usaha untuk bisa menaikkan kualitas produk serta layanan yang baik agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan konsumen diawali dengan evaluasi konsumen kepada produk ataupun jasa yang diterimanya dan dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya

sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Zeithaml dan Bitner (2013:75) menyatakan jika kepuasan yakni tanggapan dari permintaan atau tanggapan konsumen yang memuaskan, dan kepuasan yakni evaluasi terhadap karakteristik suatu barang ataupun jasa, atau tingkat kepuasan konsumen yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Ada beberapa permasalahan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti adanya complain dari service yang dilakukan oleh mekanik di PT. Suzuki Indobali Trada cabang Karangasem setelah melakukan service ganti suku cadang atau sparepart yang cepat rusak dan terjadi pembelian sparepart kw dengan harga yang cukup tinggi adanya konsumen menservice mobil dengan membawa suku cadang sendiri dari luar dan tidak mau membeli suku cadang yang tersedia di dealer tersebut sehingga menyebabkan jumlah keluhan semakin meningkat. Oleh hal itu, maka pihak pelaku usaha harus bisa memperhatikan aspek apa saja yang bisa mempengaruhi kepuasan dari konsumen. Konsumen dapat mengalami kepuasan pada umumnya, yakni ketika konsumen mendapati kinerja lebih rendah dari yang diekpektasikan maka konsumen akan merasa tidak puas atau kecewa, dan apabila konsumen mendapati kinerja lebih tinggi dari apa yang di ekpektasikan maka konsumen akan merasa puas ataupun senang. Namun, dikarenakan dengan adanya saingan yang sengit, perubahan keadaan social yang bisa berdampak pada perilaku dari para konsumen serta perkembangan ekonomi yang begitu cepat, sangat sulit untuk berusaha memenuhi tingkat kepuasan konsumen.

Perusahaan otomotif dibidang industri mobil dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan otomotif dengan memproduksi mobil yang lebih berkualitas, nyaman digunakan, konsumsi bahan bakar lebih irit, dan memiliki kualitas produk yang bagus sehingga dapat menarik minat konsumen. Weenas (2013:608) memaparkan jika dengan perkembangan dunia usaha yang begitu sengit mengharuskan para pelaku usaha untuk bisa menyediakan barang yang berkualitas dan mempunyai nilai yang tinggi dan berbeda dari para pelaku usaha lainnya. Berlandaskan dari Kotler dan Keller (2009:143) menyatakan jika kualitas produk yakni barang ataupun jasa yang bisa memenuhi ekpektasi konsumen atau bahkan bisa melebihi harapan dari para konsumennya yang nantinya mengarah pada konsumen melakukan pembelian. Kualitas produk, termasuk barang dan jasa, menentukan tingkat daya saing di pasar. Sebagian besar orang membeli kendaraan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun tren kalangan anak muda hingga dewasa. Konsumen mengalami kesulitan untuk membedakan produk dikarenakan begitu banyaknya produk yang mempunyai persamaan bentuk dan fitur-fitur dari produk tersebut. Seperti halnya masalah mesin dan suku cadang pada umumnya pelanggan menginginkan mesin dengan kapasitas umur panjang, memiliki ketahanan fisik yang memadai, hemat dan suku cadang yang tahan lama. Hal ini juga dirasakan oleh perusahaan PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem untuk dapat menghadapi persaingan pasar industri otomotif yang semakin ketat perusahaan berusaha meningkatkan dan mengembangkan kualitas produknya yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Mobil yakni alat transportasi yang mengalami perkembangan jaman yang sangat cepat, meskipun harga mobil lebih mahal daripada jenis kendaraan lain seperti sepeda motor namun mobil tetap memiliki banyak peminat, ini disebabkan karena penggunaan mobil memiliki kenyamanan yang bagus dan mempunyai tingkat keselamatan yang tinggi, serta juga pengguna mobil bisa mengangkut penumpang yang lebih banyak dan memudahkan pengguna membawa banyak barang. Mobil juga menjadi sesuatu yang menonjolkan kesenjangan sosial yakni kedudukan dari seseorang. Berlandaskan dari riset terdahulu bisa diamati jika kualitas produk (Suku Cadang) pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem memiliki harga yang lebih tinggi dari harga produk lainnya. Suku cadang yang tersedia juga tidak dapat bertahan lama atau cepat rusak, sehingga mengakibatkan adanya keluhan dari beberapa konsumen. Pendapat Indrajit serta Djokopranoto (dalam Lyony serta Dyanthy, 2013: 5), menjabarkan jika suku cadang atau spare part yakni peralatan yang menunjang aktivitas pengadaan alat atau barang yang dipakai pada kegiatan memproduksi barang. Suku cadang adalah aspek yang paling penting dalam kegiatan produksi dari

industry atau pelaku usaha. Oleh karena itu bisa diambil kesimpulan jika suku cadang merupakan aspek yang penting dalam rangkaian kegiatan operasional perusahaan.

Selain meningkatkan kualitas produk, perusahaan juga haruslah meningkatkan kualitas layanan yang disediakan untuk konsumen agar tercipta kenyamanan konsumen saat melakukan pembelian produk atau jasa. Berlandaskan dari Tjiptono, (2008:85) menyatakan jika kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang penting untuk bisa tercapai, karena dengan adanya kualitas layanan yang baik maka akan berdampak pada adanya konsumen baru dan bisa terus mempertahankan konsumen lama untuk tidak pindah ke tempat lain. Ada dua aspek yang bisa mempengaruhi kualitas pelayanan yakni apa yang diekpektasikan oleh konsumen atau *expected service* dan apa yang dirasakan oleh konsumen atau *perceived service*. Adapun kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti halnya ketika konsumen melakukan *service mobil Suzuki* di PT. Suzuki Indobali Trada, dimana booking yang dilakukan customer service tidak tepat waktu dan kurang cekatan penyelesaian layanan service yang dilakukan oleh mekanik perusahaan tidak tepat waktu, layanan yang kurang profesional dalam melakukan service serta tidak adanya komunikasi 3 hari setelah service dan keluhan yang ada tidak di tangani dengan cepat. Hal ini mengakibatkan jumlah keluhan yang terjadi semakin meningkat. Oleh karena itu para pelaku usaha yang menyediakan jasa perlu untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan para pelanggannya. Aspek dari perilaku karyawan, seperti sikap dan keterampilan informasi, merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kualitas layanan (Lovelock dan Wirtz, 2011).

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, sedangkan objek yang dipilih yaitu konsumen yang membeli produk (suku cadang) dan menservice mobil Suzuki pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Diambilnya objek responden yang menggunakan mobil Suzuki, karena mobil Suzuki merupakan mobil keluarga yang digemari oleh konsumen di Kecamatan Karangasem karena mampu mengangkut penumpang yang banyak dan sanggup mengangkut barang bawaan yang banyak. Hal yang menjadi perhatiann peneliti untuk melaksanakan kajian di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem yakni dengan mengamati pelayanan yang diberikan perusahaan untuk konsumennya.

Menurut hasil Lonardo (2014), lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun kualitas produk aspek terpenting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Serta pihak pelaku usaha harus meninjau kualitas dari produknya, hal tersebut dikarenakan konsumen sangat peka terhadap kualitas dari produk yang dipakainya. Apabila adanya perubahan kualitas produk menjadi lebih buruk maka konsumen akan merasa kecewa atau tidak puas yang mana selanjutnya konsumen tidak akan mau untuk melakukan pembelian ulang dan meninggalkan kesan yang buruk terhadap perusahaan. Hasil penelitian Diza (2016) menyatakan jika kualitas produk berdampak positif signifikan dengan variabel kepuasan konsumen. Kualitas produk mempunyai dampak positif signifikan dengan variabel kepuasan konsumen. Pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai kaitan yang erat yang dapat di buktikan oleh penelitian terdahulu. Hasil penelitian Winahyuningsih (2010), memaparkan jika kualitas layanan mempunyai dampak positif signifikan dengan kepuasan konsumen. Berlandaskan pada uraian masalah yang ada, peneliti akan mengkaji lebih dalam mengenai peranan kualitas produk dan layanan dengan kepuasan konsumen, dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem".

2. Metode

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, dengan waktu riset berlangsung lima bulan yakni dari bulan Oktober 2020 sampai bulan Januari 2021. Populasi yakni daerah umum yang berisi komponen objek dan subyek yang memiliki jumlah dan ciri khas tertentu yang sudah ditetapkan peneliti untuk kemudian bisa dipelajari serta diambil suatu simpulan (Sugiyono, 2017). Subjek pada riset ini yakni pelanggan atau customer di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Sedangkan yang menjadi objek pada riset ini yakni kualitas produk (X1), pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Riset

ini dilaksanakan di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem , dengan waktu riset sepanjang 5 bulan ialah dari bulan Oktober 2020 hingga dengan Januari 2021 . Populasi yakni daerah umum yang berisi komponen objek dan subyek yang memiliki jumlah dan ciri khas tertentu yang sudah ditetapkan peneliti untuk kemudian bisa dipelajari serta diambil suatu simpulan (Sugiyono , 2017) . Subjek dalam riset ini merupakan pelanggan ataupun customer di PT . Suzuki Indobali Trada Cabang Karagasem. Sebaliknya yang jadi objek dalam riset ini merupakan kualitas produk (X1), pelayanan (X2) serta kepuasan konsumen (Y).

Populasi riset ini ialah konsumen yang membeli suku cadang serta melaksanakan penservisan di PT. Suzuki Indobali Trada cabang Karangasem. Populasi yakni daerah umum yang berisi komponen objek dan subyek yang memiliki jumlah dan ciri khas tertentu yang sudah ditetapkan peneliti untuk kemudian bisa dipelajari serta diambil suatu simpulan (Sugiyono, 2017). Tata cara penentuan ilustrasi yang dipakai pada riset ini merupakan dengan tata cara *purposive sampling*. Yang mana *purposive sampling* ialah tata cara dalam mengambil ilustrasi dengan metode mengambil ilustrasi yang dicoba dengan adanya ketentuan riset yang menyangka aspek yang sudah terdapat pada anggota ilustrasi yang diambil (Sugiyono , 2007 : 78).

Populasi penelitian ini yakni konsumen yang membeli suku cadang dan memperbaiki kendaraannya di PT. Suzuki Indobali Trada cabang Karangasem. Sampel merupakan bagian dari suatu pupolasi dan bisa mewakili karakter dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Metode penentuan sampel yang dipakai pada riset ini adalah dengan metode *purposive sampling*. *purposive sampling* ialah tata cara dalam mengambil ilustrasi dengan metode mengambil ilustrasi yang dicoba dengan adanya ketentuan riset yang menyangka aspek yang sudah terdapat pada anggota ilustrasi yang diambil (Sugiyono, 2007:78). Berikut adalah kriteria responden yang diambil untuk sampel, yaitu (1) Konsumen yang membeli suku cadang dan melakukan penservisan di PT. Suzuki Indobali Trada cabang Karangasem. (2) Dari berbagai masyarakat yang menjadi pelanggan, konsumen yang dipilih menjadi responden adalah masyarakat yang melakukan penservisan ke dealer Suzuki tersebut. Banyaknya sampel yang bisa digunakan untuk riset bergantung pada jumlah parameter yang ditafsirkan. Dengan ketentuan 5 sampai 10 kali dari jumlah parameter yang ditafsirkan. Yang mana pada penelitian ini memakai 12 indikator, artinya jumlah sampel yang dipakai berkisar antara 60 sampai dengan 120 sampel responden. Pada riset ini peneliti memilih untuk menggunakan 95 responden, hal tersebut dikarenakan olehn pandemic yang menyebabkan menurunnya tingkat customer yang datang ke PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem dalam hal penservisan kendaraan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kajian riset ini memakai analisis regresi linier berganda karena melibatkan 2 variabel independet untuk mengetahui pengaruhnya dengan variabel terikat. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, model regresi harus memenuhi syarat asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas. Berlandaskan pada hasil kajian, seluruh model regresi sudah terpenuhinya syarat asumsi klasik yang mana model regresi layak dipakai untuk memprediksi peranan variabel independent dengan variabel independent. Hasil analisis uji regresi linier berganda yang berupa rangkuman *output* SPSS bisa diamati dalam Tabel 4.5. berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel bebas	Koefisien Regresi	<i>p-value</i>	Koefisien Kolerasi (r)	R ²
Kualitas Produk	0,251	0,000	0,431	0,186
Kualitas Pelayanan	0,305	0,000	0,595	0,354
Konstanta	2,645	0,000		
Sig. F	0,000			
R	0,896			
R ²	0,802			

Sumber: *Output SPSS 24.0 for Windows*

Berlandaskan dari hasil uji regresi linier berganda dalam Tabel 4.5, didapati hasil nilai konstanta sebesar 2,645. Nilai koefisien regresi kualitas produk sejumlah 0,251 serta nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sejumlah 0,305, sehingga persamaan regresi diformulasikan seperti berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$
$$Y = 2,645 + 0,251X_1 + 0,305X_2 + \varepsilon \quad (1)$$

Berlandaskan pada persamaan tersebut, maka bisa dijabarkan hasil seperti berikut: (1) Konstanta 2,645 menunjukkan jika kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai konstan, maka kepuasan konsumen (Y) mempunyai nilai 2,645 satuan, (2) Kualitas produk (X1) memiliki koefisien regresi (β_1) sejumlah 0,251. Nilai koefisien regresi yang positif memperlihatkan jika kualitas produk (X1) berdampak positif dengan kepuasan konsumen (Y). Hal ini menggambarkan jika setiap kenaikan 1 satuan kualitas produk (X1) dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sejumlah 0,251 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap, (3) Kualitas pelayanan (X2) memiliki koefisien regresi (β_2) sebesar 0,305. Nilai koefisien regresi yang positif memperlihatkan jika kualitas pelayanan (X2) berdampak positif dengan kepuasan konsumen (Y). Hal ini menggambarkan jika setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan (X2) dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sejumlah 0,305 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.

Kaitan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, berlandaskan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh temuan jika variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berdampak signifikan dengan kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Hasil riset ini didukung oleh pendapat Kotler (dalam Sangadji serta Sopiah, 2013: 181) yang menyatakan jika yang dijadikan tolak ukur dari kepuasan konsumen yakni seberapa besar ekspektasi konsumen terhadap produk dan pelayanannya apakah sesuai dengan kinerja produk dan pelayanannya yang sebenarnya. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan kemauan tiap industri. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa nantinya akan memakai lagi jasa atau produk tersebut ketika ada keperluan yang sama kedepannya. Kajian empirik yang ikut menunjang penemuan riset ini merupakan hasil riset yang dicoba oleh Noviyanti (2018), yang menyatakan kalau mutu produk serta mutu pelayanan berdampak signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Kaitan kualitas produk dengan kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, penelitian mengenai pengaruh dari variabel kualitas produk kepada kepuasan konsumen, diperoleh hasil jika kualitas produk berdampak positif dengan kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Temuan ini didukung oleh teori dari pendapat yang diungkapkan oleh Kotler (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) yang menyatakan jika yang dijadikan tolak ukur kepuasan konsumen yakni seberapa besar ekspektasi konsumen mengenai produk apakah sudah sesuai dengan apa yang didapatnya. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa nantinya akan memakai lagi jasa atau produk tersebut ketika ada keperluan yang sama kedepannya. dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti adanya complain dari service yang dilakukan oleh mekanik di PT. Suzuki Indobali Trada cabang Karangasem setelah melakukan service ganti suku cadang atau sperpart yang cepat rusak dan terjadi pembelian sperpart kw dengan harga yang cukup mahal, adanya konsumen yang menservice kendaraan mereka dengan membawa suku cadang sendiri dari luar dan tidak mau membeli suku cadang yang tersedia di dealer itu sendiri, suku cadang juga pendukung untuk mengadakan barang dengan tujuan untuk digunakan dalam aktivitas produksi, yang mana pelaku usaha harus bisa meninjau aspek apa saja yang bisa mempengaruhi kepuasan dari konsumen. Dalam prakteknya konsumen bisa merasakan salah satu dari jenis kepuasan, yakni ketika konsumen mendapati kinerja tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa kecewa begitu juga sebaliknya jika mendapati kinerja sesuai dengan harapan atau melampauinya maka konsumen akan merasa puas atau senang. Hasil kajian

yang juga sesuai dengan hasil dari riset ini yakni penelitian yang dilaksanakan oleh Noviyanti (2018), yang memaparkan jika kualitas produk berdampak signifikan dengan kepuasan pelanggan. Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Setyo (2017), yang memaparkan jika kualitas produk berdampak positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen.

Kaitan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangase, hasil riset yang didapat menyatakan jika kualitas pelayanan berdampak positif dengan kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Hasil kajian ini sesuai dengan pendapat dari Kotler (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013), yang menyatakan jika yang dijadikan tolak ukur dari kepuasan konsumen yakni seberapa besar ekspektasi konsumen terhadap produk dan pelayanannya apakah sesuai dengan kinerja produk dan pelayanannya yang sebenarnya. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa nantinya akan memakai lagi jasa atau produk tersebut ketika ada keperluan yang sama kedepannya, kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang penting untuk dicapai oleh para pelaku usaha, hal tersebut dikarenakan kualitas layanan mempunyai dampak untuk bisa menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen yang lama untuk tidak pergi ke tempat lain dengan pelayanan yang lebih bagus. Pelayanan jasa yang di harapkan dan jasa yang di rasakan, pelayanan akan di sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti konsumen melakukan service mobil ke dealer Suzuki Indobali Trada di mana booking yang dilaksanakan customer service tidak tepat waktu dan kurang cekatan dalam penyelesaian pelayanan service yang di lakukan oleh mekanik perusahaan tidak tepat waktu dan kurang handal dalam penyelesaian service yang di lakukan serta tidak adanya konfirmasi setelah service dan keluhan yang ada tidak di tangani dengan cepat. Pelaku usaha yang menawarkan layanan jasa perlu untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan konsumen. Perusahaan, sikap dari karyawan, serta keahlian saat menyampaikan informasi adalah hal yang paling penting untuk dijadikan dalam melaksanakan pelayanan yang baik. oleh Noviyanti (2018), yang memaparkan hasil jika kualitas layanan berdampak signifikan dengan kepuasan pelanggan. Serta hasil serupa oleh Tombeng dkk (2019) menyatakan jika kualitas layanan berdampak positif signifikan dengan kepuasan konsumen.

4. Simpulan dan Saran

Hasil pengujian hipotesis serta pembahasan yang sudah dilaksanakan bisa diambil simpulan, yaitu (1) kualitas produk dan kualitas pelayanan berdampak signifikan dengan kepuasan konsumen, (2) kualitas produk berdampak positif signifikan dengan kepuasan konsumen, dan (3) kualitas pelayanan berdampak positif signifikan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik simpulan sebagai berikut: (1) Kualitas produk berpengaruh dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. (2) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem.

Berlandaskan dari hasil, pembahsan serta simpulan bisa dirumuskan saran seperti berikut: (1) Bagi pihak manajemen PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, untuk bisa lebih memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena penelitian ini membuktikan jika kualitas produk dan kualitas pelayanan bisa berdampak kepada kepuasan konsumen. Hal tersebut karena kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik akan dapat menumbuhkan simpati, yang mana nantinya konsumen akan mau membayar untuk bisa merasakan kepuasan. (2) Untuk peneliti selanjutnya, apabila ingin meneliti aspek yang serupa yakni kualitas produk, kualitas layanan serta kepuasan konsumen agar bisa untuk lebih mengembangkan kajian ini dengan memakai sampel yang lebih banyak agar bisa mendapati hasil yang lebih baik lagi. Serta disarankan juga untuk memakai variabel lain dari kajian yang dipakai pada riset ini untuk bisa menghasilkan hasil yang lebih bervariasi.

Ucapan Terimakasih

Dengan selesainya penelitian ini, puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan kajian riset ini yang berjudul "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem" bisa selesai dengan tepat waktu tanpa adanya kendala yang berarti. skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk bisa menyelesaikan syarat untuk bisa memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Banyak bantuan yang penulis dapatkan ketika dalam proses penyelesaian skripsi ini baik dalam bentuk bantuan materi ataupun bantuan moral dari banyak pihak. Dengan demikian melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak untuk pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan yang tidak bisa diucapkan satu persatu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan menyadari atas keterbatasan dari penulis, jika pada skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan alasan tersebut penulis ingin mendengarkan semua kritik dan saran yang bersifat membangun dari segala pihak. Serta penulis ingin skripsi ini bisa mendatangkan manfaat yang berguna untuk banyak pihak khususnya untuk perkembangan dunia kerja

Daftar Pustaka

- Diza, Moniharapon dan Ogi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen studi pada PT. fifgroup cabang manado. Jurnal EMBA* 109 Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 109-119
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Steak And Ice Cream Cabang Jati*
- Kotler P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Lonardo dan Yasintha Soelasih. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lapis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif. Jurnal Manajemen* vol.11 no.1 Mei 2014.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Service marketing, people, technology, strategy (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lyony, Dyanthy, *Sistem Informasi Persediaan Suku Cadang Bengkel Borneo Motor Semarang*, 2010.
- Noviyanti. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV usaha mandiri Jakarta selatan JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma), Vol.1, No.2, Februari 2018*
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. Jurnal OE* vol. 7 no. 2 Juli 2015.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Setyo. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen best auto works PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 755 – 764
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Afabeta
- Tjiptono, fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Jurnal EMBA vol.1 no. 4 Desember 2013.

Winahyuningsih, Panca, 2010. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gripta Kudus*. Jurnal. Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus,ISSN: 1979-6889. <http://eprints.umk.ac.id/view/creators/Winahyuningsih=3APanca=3A.html>. Diakses tanggal 9 Oktober 2015. Hal 1-17.

Zeithaml dan Bitner, M. J. 2013. *Service Marketing, Sixth Edition*. Mc Graw Hill. America.