

ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE PURNA SELL ON CUSTOMER SATISFACTION WITH PURCHASE DECISIONS AS INTERVENING VARIABLES (Case study at PT Tirta Excelindo Pratama)

Putri Ayu Yoanna Bulaeng¹⁾ Dr.Dra. Cicik Harini,MM ²⁾ Leonardo Budi Hasiholan,SE,MM ³⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, FE, Universitas Pandanaran Semarang
2),3) Dosen FE, Universitas Panndanaran Semarang

Abstract

This study aims to determine (1) to determine the effect of product quality on customer satisfaction, (2) to determine the effect of after-sales service on customer satisfaction, (3) to determine the effect of product quality on customer satisfaction through purchasing decisions as an intervening variable, (4)) To determine the effect of after-sales service on customer satisfaction through purchasing decisions as an intervening variable. This research is a quantitative research. The sampling technique used in this study was a census sampling of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis of this study is path analysis and sobel test. The results of the study at the 5% significance level indicate that: (1) The variable quality of the product (x1) has a significant effect on customer satisfaction, partially, it has a value of $0.010 < 0.05$ and simultaneously has a sig value of $0.000 < 0.05$., (2) The after-sales service variable (x2) has a significant effect on customer satisfaction partially has a value of $0.005 < 0.05$ and simultaneously has a sig value of $0.000 < 0.05$, (3) Variable product quality (x1) through purchasing decisions as an intervening variable indirectly has a significant effect on consumer decisions (4) After-sales service variable through purchasing decisions as an intervening variable indirectly does not have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, After Sales Service, Customer Satisfaction, and Purchasing Decisions.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, (2) Untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen, (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening, (4) Untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling sensus* sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) dan uji sobel. Hasil penelitian pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa: (1) Variabel kualitas produk (x1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial mempunyai nilai $0.010 < 0.05$ dan secara simultan mempunyai nilai sig $0.000 < 0.05$., (2) Variabel layanan purna jual (x2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial mempunyai nilai $0.005 < 0.05$ dan secara simultan mempunyai nilai sig $0.000 < 0.05$, (3) Variabel kualitas produk (x1) melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening secara tidak langsung mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (4) Variabel layanan purna jual melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening secara tidak langsung tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Layanan Purna Jual, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini khususnya perkembangan dalam bidang pertanian. Munculah persaingan antar perusahaan juga semakin tajam terutama dalam hal perusahaan sejenis, semua tersebut dapat ditunjukkan dengan persaingan harga, kualitas, dan promosi yang semakin kompetitif dalam inovasi-inovasi produk dengan kualitas sama baiknya yang secara tidak langsung akan membingungkan konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli produk tersebut. Salah satu kerugian yang akan dialami oleh perusahaan atas kondisi ini adalah perusahaan akan kehilangan konsumen dimasa yang akan datang atau konsumen perusahaan berpindah ke perusahaan lain, tentu saja hal ini akan merugikan perusahaan karena akan menurunkan profitabilitas.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Sumiati, 2016). Menurut Rahmat (2018) indikator-indikator kualitas prouk diantaranya: kesan kualitas, ketahanan, keandalan, dan desain dan layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab atas produk yang telah mereka jual.

Jika kinerja melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa sangat puas dan senang (Kotler, 2016).

PT Tirta Excelindo Pratama sebagai penyedia pupuk NPK Nitrogen (N) dalam bentuk nitrat (NO_3), Phospate (P) dalam bentuk P_2O_5 , Kalium (K) dalam bentuk K_2O . Fenomena yang terjadi dalam perusahaan ini terjadinya penurunan omzet dan tidak selalu terpenuhi apa yang menjadi target perusahaan.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini mempunyai rumusan masalah yang menjadi topik dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana dan sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana dan sejauh mana pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana dan sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening?
4. Bagaimana dan sejauh mana pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening?

TELAAH PUSTAKA

Teori Keputusan Pembelian

Keputusan adalah suatu perbuatan (sikap) pemilihan dari sejumlah alternatif dan sejumlah alternatif tersebut tidak harus dipilih semua, tetapi dipilih beberapa saja atau dipilih satu saja. Keputusan ini dinyatakan dalam suatu bentuk kata-kata yang dirumuskan dalam suatu peraturan seperti perintah, intruksi, kebijaksanaan, dan dalam bentuk apa saja yang dikehendaki (Rahmat, 2018).

Menurut Kotler, 2016 Indikator Keputusan Pembelian antara lain:

- a. Kemantapan pada sebuah produk adalah kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk adalah pengulangan secara terus menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama.
- c. Memberikan rekomendasi pada orang lain adalah memberikan kepada seseorang atau lebih atau sesuatu yang dapat dipercaya.

Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "Total Quality Management (TQM)" selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen (Sumiati, 2016).

Menurut Sembiring (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk yaitu:

- a. Fungsi suatu produk
Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
- b. Wujud luar
Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.
- c. Biaya produk bersangkutan.
Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya.

Menurut Rahmat (2018) Indikator yang untuk mengukur kualitas produk, antara lain:

- a. Kesan Kualitas / *perceived quality* pembeli mengharapkan produk mempunyai kualitas kesesuaian yang tinggi
- b. Ketahanan / *durability* ukuran umum operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
- c. Keandalan / *reability* pembeli biasanya akan membayar lebih untuk produk yang lebih dapat diandalkan.
- d. Desain / *design* ketika persaingan semakin kuat, desain menawarkan suatu cara potensial untuk mendefinisikan serta memposisikan produk dan jasa perusahaan.

Layanan Purna Jual

Menurut Kotler (2016) Layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.

Menurut Karim (2011) Komponen Layanan Purna Jual diantaranya:

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. Konsultasi
Konsultasi, merupakan pelayanan purna jual yang disediakan perusahaan setelah membeli notebook, perawatan, perlengkapan dan aksesoris yang dapat digunakan pada notebook (Karim, 2011). konsultasi dapat diberikan oleh seseorang yang ahli dalam suatu produk secara online (telepon, situs) kepada konsumen untuk membantu mereka dalam penggunaan atau penyelesaian masalah yang berkaitan dengan produk yang dibeli.

Kepuasan Konsumen

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka pelayanan yang diberikan harus selalu diperhatikan oleh perusahaan (Harini, 2015). Mempertahankan pelanggan berarti mengharapkan pelanggan melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu. Menurut Kotler (2016) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan.

Menurut teori Kotler (2016) menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

- a. *Re-purchase* (pembelian ulang)

Pembelian ulang merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan konsumen setelah mereka melakukan pembelian yang pertama kali dari produk maupun jasa yang dilakukan secara berulang pada jangka waktu tertentu dan secara aktif menyukai dan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk barang / jasa, didasarkan pada pengalaman yang telah dilakukan dimasa lampau

b. *Word of mounth*

Dalam hal ini, pelanggan yang merasa puas akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan atau suatu produk kepada orang lain. *Word of mouth* (WOM) dapat berupa komentar atau rekomendasi yang disebarkan pelanggan berdasarkan pengalaman yang diterimanya, memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak lain. Konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan seorang pelanggan akan cenderung mendengarkan saran dari orang lain yang sudah pernah menggunakan produk tersebut. Dalam penelitian ini hanya menggunakan indikator *Word of mounth*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu Kualitas Produk (X1), Layanan Purna Jual (X2), sebagai variabel bebas (independent), Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat (dependent) dan Keputusan pembelian sebagai variabel Intervening.

Sumber Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain: Kuesioner, Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2006).

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (path analysis).

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau diskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi), (Ghozali, 2013). Statistik diskriptif digunakan untuk mengetahui tentang gambaran variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Uji asumsi klasik

Bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang

digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokidastitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat menggunakan uji kolmogorov-smirnov untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal. Pedoman untuk pengambilan keputusan didasarkan pada :

1. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ atau 5 persen, maka distribusi data normal.
2. Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ atau 5 persen, maka distribusi data tidak normal.

Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2013) menyatakan bahwa tujuan uji multikolonieritas adalah untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- c. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya.

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2012) menyatakan bahwa uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Uji Hipotesis (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : \beta = 0$$

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Metode analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel *intervening* dalam suatu penelitian adalah metode Analisis Jalur (Path Analysis).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

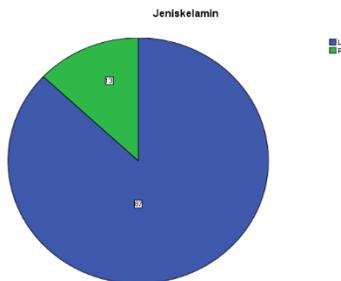
Deskripsi Responden

Tabel 4.1
Data responden jenis kelamin

Jenis kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	87	87.0	87.0	87.0
P	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa kategori jenis kelamin dalam responden pada penelitian untuk laki-laki berjumlah 87 (87%) sedangkan responden perempuan berjumlah 13 (13%) artinya bahwa pembeli tersebut rata-rata yang berkepentingan dengan pupuk berjenis kelamin laki-laki. Gambar pie jenis kelamin bisa dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 4.1 Pie jenis kelamin

Uji Deskriptif Variabel

Hasil uji penelitian deskriptif variabel, menjelaskan per variabel penelitian yang terdiri: Nilai minimum, maximum, mean, dan Std.Deviation, lebih detailnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Deskripsi variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kepuasan Konsumen	100	3	12	7.25	2.426
Kualitas Produk	100	4	15	9.57	2.567
Layanan Purna Jual	100	3	13	6.30	1.778
Keputusan Pembelian	100	3	12	7.29	2.405
Valid N (listwise)	100				

Sumber data primer yang diolah, 2020

Uji Validitas

Tabel 4.2
Uji Validitas

No	Kuesioner	Nilai Kaiser-Meyer-olkin Measure Of Sampling Adequacy (KMO)	Nilai standar uji validitas (KMO)	Keterangan
1.	X1.1	0.849	>0.5	Valid
2.	X1.2	0.759	>0.5	Valid
3.	X1.3	0.724	>0.5	Valid
4.	X1.4	0.916	>0.5	Valid
6.	X2.1	0.684	>0.5	Valid
7.	X2.2	0.761	>0.5	Valid
8.	X2.3	0.749	>0.5	Valid
9.	Z1.1	0.821	>0.5	Valid
10.	Z1.2	0.670	>0.5	Valid
11.	Z1.3	0.726	>0.5	Valid
12.	Y1.1	0.832	>0.5	Valid
13.	Y1.2	0.671	>0.5	Valid
14.	Y1.3	0.737	>0.5	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel tersebut menunjukkan bahwa uji validitas pada kuesioner x1.1, x1.2, x1.3, x1.4, x2.1, x2.2, x2.3, z1.1, z1.2, z1.3, y1.1, y1.2, dan y1.3 mempunyai nilai > 0.05 artinya bahwa semua kuesioner dijawab responden dengan **valid**.

Uji Reliabilitas

Ini merupakan uji statistik Cronbach Alpha (α) apabila dikatakan reliabel mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0.70. menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada penelitian ini untuk kuesioner Variabel x1 Kualitas produk, x2 Layanan purna jual, z Keputusan pembelian, dan y kepuasan konsumen mempunyai nilai cronbach's alpha > 0,70 artinya kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

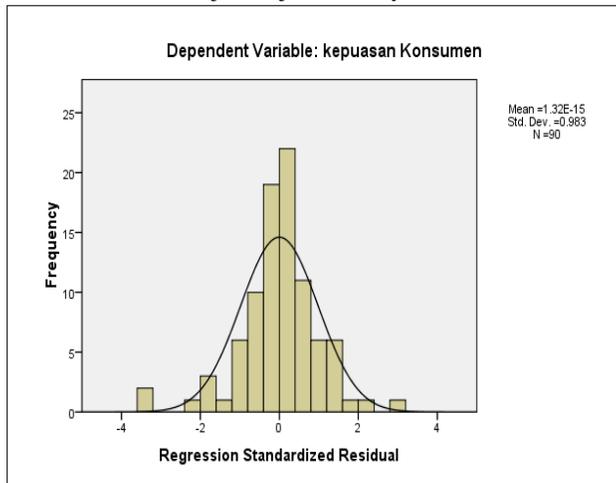
Tabel 4.4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			90
Normal Parameters ^a	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.72921510
Most Extreme Differences	Absolute		.127
	Positive		.086
	Negative		-.127
Kolmogorov-Smirnov Z			1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)			.109
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.105 ^c
		99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound	.113

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel tersebut, maka hasil uji normalitas pada penelitian ini mempunyai nilai kolmogorov-smirnov z 1.206, dan Asymp.sig.(2-tailed) mempunyai nilai 0.105, artinya bahwa data penelitian ini >0.05 dinyatakan normal dan bisa lanjut diuji berikutnya.



Gambar 4.2
Histogram uji normalitas

Hasil uji multikolonieritas dalam penelitian ini bisa dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.5
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.823	.444		1.853	.067		
	Kualitas Produk	.131	.050	.139	2.626	.010	.361	2.769
	Layanan Purna Jual	-.167	.058	-.092	-2.891	.005	.987	1.014
	Keputusan Pembelian	.850	.053	.841	15.989	.000	.364	2.748

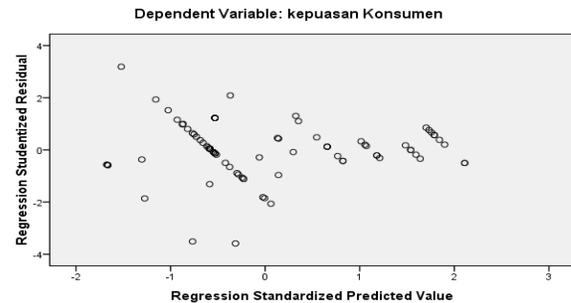
a. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel tersebut bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji multikolonieritas untuk variabel x1 kualitas produk mempunyai nilai tolerance 0.361 >0.10 dengan nilai VIF mempunyai nilai 2.769 <10, Variabel x2 layanan purna jual mempunyai nilai 0.987 >0.10 dengan nilai VIF mempunyai nilai 1.014 <10, variabel z keputusan pembelian mempunyai nilai tolerance 0.364 >0.10 dan nilai VIF mempunyai nilai 2.748 < 10, Artinya bahwa penelitian ini tidak ada gejala multikolonieritas.

Uji Heterokedasitas

Hasil uji heterokedasitas dalam penelitian ini bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.3
Uji Heterokedasitas

Berdasarkan pada gambar tersebut, hasil uji heterokedasitas penelitian ini menunjukkan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terbentuk pola pada bagian atas saja, atau bagian bawah saja maka disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heterokedasitas.

.Uji Autokorelasi

Tabel 4.6
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.913	.910	.742	1.588

a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian, Layanan Purna Jual, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel 4.6 , hasil uji autokorelasi dengan Durbin Watson 1.588, artinya DW = 1.588, DU= 1.7364 dengan 4-DU= 4- 1.7364= 2.2636 maka disimpulkan 0 <1.588 < 1.6131 , yang berarti tidak ada autokorelasi.

Uji F

Tabel 4.7
Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499.296	3	166.432	302.436	.000 ^a
	Residual	47.326	86	.550		
	Total	546.622	89			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian, Layanan Purna Jual, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel tersebut, maka hasil uji F pada penelitian ini mempunyai nilai sig $0.000 < 0.05$ artinya bahwa variabel kualitas produk, layanan purna jual dan keputusan pembelian diuji secara bersama sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji T

Tabel 4.8
Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.823	.444		1.853	.067
	Kualitas Produk	.131	.050	.139	2.626	.010
	Layanan Purna Jual	-.167	.058	-.092	-2.891	.005
	Keputusan Pembelian	.850	.053	.841	15.989	.000

a. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel tersebut, maka hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel x1 kualitas produk mempunyai nilai $0.010 < 0.05$ artinya bahwa variabel x1 kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel x2 layanan purna jual mempunyai nilai $0.005 < 0.05$ artinya bahwa variabel x2 layanan purna jual mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel z keputusan pembelian mempunyai nilai $0.000 < 0.05$ artinya bahwa variabel z keputusan pembelian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.9
Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.913	.910	.742

a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian, Layanan Purna Jual, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel tersebut, maka hasil uji koefisiensi determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, layanan purna jual, dan keputusan pembelian terhadap kepuasan pemeblian mempunyai pengaruh sebanyak 91.3% sedangkan 8.7 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Model Jalur Regresi 1

Tabel 4.10
Jalur Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.197	.604		.327	.744
	Kualitas Produk	.745	.060	.796	12.356	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber data primer yang diolah, 2020

Model Jalur Regresi II

Tabel 4.12
Uji Jalur Regresi II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.049	1.195		5.902	.000
	Layanan Purna Jual	.057	.190	.032	.301	.764

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data primer yang diolah, 2020

Model Regresi Jalur III

Tabel 4.14
Mdel Regresi Jalur III

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.823	.444	1.853	.067
	Kualitas Produk	.131	.050	.139	.010
	Layanan Purna Jual	-.167	.058	-.092	.005
	Keputusan Pembelian	.850	.053	.841	.000

a. Dependent Variable: kepuasan Konsumen

Sumber data primer yang diolah, 2020

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian bab IV, maka kesimpulan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel kualitas produk (x1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial mempunyai nilai $0.010 < 0.05$ dan secara simultan mempunyai nilai $sig\ 0.000 < 0.05$.
2. Variabel layanan purna jual (x2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial mempunyai nilai $0.005 < 0.05$ dan secara simultan mempunyai nilai $sig\ 0.000 < 0.05$.
3. Variabel kualitas produk (x1) melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening secara tidak langsung mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Pengaruh langsung yang diberikan pada x1 kualitas produk terhadap y adalah 0.796, sedangkan pengaruh tidak langsung x1 melalui z terhadap y adalah perkalian antara nilai beta x1 terhadap z ke y yaitu: $0.139 \times 0.841 = 0.1169$. Maka pengaruh total yang diberikan x1 terhadap y adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0.796 + 0.1169 = 0.9129$. Maka hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung 0.796 dan pengaruh tidak langsung 0.9129 berarti pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai pengaruh langsung, menunjukkan bahwa hasil penelitian ini secara tidak langsung x1 melalui z mempunyai pengaruh signifikan terhadap y
4. Variabel layanan purna jual melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening secara tidak langsung tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh langsung yang diberikan pada x2 layanan purna jual terhadap y adalah 0.320, sedangkan pengaruh tidak langsung x2 melalui z terhadap y adalah perkalian antara nilai beta x2 terhadap z ke y yaitu: $-0.092 \times 0.841 = -0.0774$ Maka pengaruh total yang diberikan x2 terhadap y adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0.320 + -0.0774 = 0.243$. Maka hasil perhitungan tersebut diketahui

bahwa nilai pengaruh langsung 0.320 dan pengaruh tidak langsung 0.243 berarti pengaruh tidak langsung lebih kecil dari nilai pengaruh langsung, menunjukkan bahwa hasil penelitian ini secara tidak langsung x2 melalui z tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap y.

Saran

Berdasarkan pada kesimpulan tersebut, maka saran dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh langsung kualitas produk dan layanan purna jual mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, saran bagi PT Tirta Excelindo Pratama) untuk selalu memperhatikan kualitas produk dan layanan purna jual yang lebih inovatif sehingga kepuasan konsumen semakin meningkat.
2. Penelitian selanjutnya bisa menanbah variabel lain yang masih berhubungan dengan penelitian ini sehingga untuk memperluas hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Karim. 2011. Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Membeli Yamaha Mio Pada PT. Thamrin Brothers Cabang Lemabang di Palembang. *Jurnal Volume III*, No.3.
- Kotler. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey.
- Listyorini. 2013. *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian permen tolak angin di semarang. Diponegoro Journal of social and politic*.
- Maulana. 2016. *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI*. *Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2*.
- Purnamasari. 2015. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk m2 fashion online di singaraja tahun 2015*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP) Vol: 5 No: 1*.
- Purnamasari. 2015. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk m2 fashion online di singaraja tahun 2015*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP) Vol: 5 No: 1*.
- Rahmat. 2018. *Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian keripik cinta air hitam langkat*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Sembiring. 2014. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)*. Jurnal
- Setyo. 2017 *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen "Best Autoworks"* Jurnal
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati. 2016. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota bangkalan Madura*. Jurnal Ekonomi & Bisnis. Vol 1, No 1.
- Yafie. 2016. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang)*. Jurnal