

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Motor Matic Yamaha Fazzio Pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Metro

Selamet Fuadi¹, Yateno², Willi Arda Bastiyan³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Metro

Email : fuadi77.sl@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen 2) untuk mengetahui Apakah terdapat Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen?_3) Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen pada dealer istana motor honda Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 89 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen. 2) terdapat pengaruh positif Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen. 3) terdapat pengaruh positif kualitas produk dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to find out 1) To find out whether there is an influence of product quality on consumer satisfaction? 2) to find out whether there is service quality on consumer satisfaction? 3) To find out whether there is an influence of product quality and service quality on consumer satisfaction? This study uses a quantitative approach. The survey method was chosen as the primary data source. The survey method focuses on collecting data from respondents who have certain information, thus enabling researchers to solve problems. Data collection was carried out using a questionnaire instrument or questionnaire. In this study, the population was consumers at the Honda Motor Palace dealership. The sampling technique used was accidental sampling with a total sample of 89 people. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale. The results of the study show that: 1) there is a positive influence on product quality on consumer satisfaction. 2) there is a positive influence of service quality on consumer satisfaction. 3) there is a positive influence on product quality and service quality on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality And Consumer Satisfaction

I. Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan

Salah satu keunggulan dalam persaingan sebuah produk adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Apabila sebuah perusahaan tidak memiliki kualitas produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen maka produk akanditolak oleh konsumen. Selain itu, lokasi menjadi sarana untuk membuat produk yang dihasilkan dan dijual dapat mudah dijangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. Dalam membuat kepuasan pelanggan tentunya mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti harga, ketersediaan produk, dan kemasan. Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. (Suwanto : 2022)

Kotler (2014) Kepuasan konsumen bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai kepuasan juga dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen sehingga tercipta produk yang tepat, oleh karenanya perusahaan otomotif dituntut untuk memiliki kreatifitas dan Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Jenis motor roda dua dari berbagai merek di atas kini banyak di pasaran mulai dari sport, cross, bebek (*underbone*) dan automatic. Dari berbagai jenis sepeda motor tersebut yang kini banyak diminati oleh konsumen adalah sepeda motor dengan transmisi matic. Sepeda motor matic adalah tipe sepeda motor otomatis yang tidak menggunakan operan gigi manual dan hanya cukup dengan satu akselerasi, yang pada umumnya sepeda motor ini memiliki kapasitas silinder (CC) menengah ke atas.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016: 8) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Motor Matic Yamaha Fazzio Pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Metro. Dalam penelitian akan menggunakan penelitian *accidental sampling* yaitu (sugiyono, 2016). Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/isidental (dengan kurun waktu 1 sampai 2 bulan) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 konsumen

sebagai responden penelitian, dengan menggunakan beberapa uji seperti, Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, Uji linearitas, Uji homogenitas, Analisis regresi linier berganda.

III. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji ini menggunakan teknik analisis Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi 5% atau 0,05. Apabila nilai hasil uji signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut memiliki distribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai hasil uji signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut disajikan hasil uji normalitas:

Tabel 1. Hasil Uji normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kualitas Produk	,105	89	,018	,981	89	,214
Kualitas Pelayanan	,059	89	,200*	,988	89	,569
Keputusan Investasi	,075	89	,200*	,983	89	,279
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPS

Berdasarkan tabel 14 menunjukkan bahwa masing masing variabel *Kualitas produk* memiliki nilai sig 0,214, *Kualitas Pelayanan* memiliki nilai sig 0,569, *Modal minimal* memiliki nilai sig 0,279 dan kepuasan Konsumen memiliki nilai sig 0,049. Hasil tersebut menunjukkan bahwa angka signifikansi (sig)>0,05, sehingga variabel *financial literacy*, *Kualitas Pelayanan Modal minimal* dinyatakan normal.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear. Kriteria hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dikatakan linear, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil uji linieritas disajikan berikut ini:

Tabel 2. Hasil uji Linieritas Kualitas Produk Dan Keputusan Investasi

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Betwee n Groups	(Combined)	4151,719	28	148,276	14,603	,000
		Linearity	3913,840	1	3913,840	385,458	,000

	Deviation from Linearity	237,880	27	8,810	,868	,650
	Within Groups	609,225	60	10,154		
	Total	4760,944	88			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,650. >0.05 yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel Kualitas produk (X_1) dengan variabel kepuasan Konsumen(Y) diketahui F_{hitung} 0,868 dan di peroleh nilai F_{tabel} pada pembilang 27 dan penyebut 60 sebesar 1,68. Karena F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa antara *Kualitas produk*(X_1) dengan variabel kepuasan Konsumen(Y) terdapat hubungan linear.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X_2) Dengan Variabel Kepuasan Konsumen(Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	3796,944	34	111,675	6,256	,000
		Linearity	3162,143	1	3162,143	177,132	,000
		Deviation from Linearity	634,801	33	19,236	1,078	,396
	Within Groups		964,000	54	17,852		
	Total		4760,944	88			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,396 $> 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *Kualitas Pelayanan* (X_2) Dengan Variabel Kepuasan Konsumen(Y) diketahui F_{hitung} 1,078 dan di peroleh nilai F_{tabel} pada pembilang 33 dan penyebut 54 sebesar 1,60. Karena F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa antara *Kualitas Pelayanan* (X_2) Dengan Variabel Kepuasan Konsumen(Y) terdapat hubungan linear.

c. Uji homogenitas

Tabel 4 Homogenitas X_1 Dan Y

Test of Homogeneity of Variances			
Keputusan Investasi			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,388	21	60	,161

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel *Kualitas produk*(X_1) terhadap Kepuasan Konsumendiperoleh sig. 0,161 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut homogen.

Tabel 5. Homogenitas X₂ dan Y

Test of Homogeneity of Variances			
Keputusan Investasi			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,437	21	54	,143

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel *Kualitas Pelayanan* terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh sig. 0,143 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut homogen.

2. Pengujian Model Analisis

a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara dependen dengan variabel-variabel independennya. Apabila variabel independennya mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen berhubungan positif atau negatif, penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,175	2,509		6,048	,000
	X1	,706	,077	,761	9,190	,000
	X2	,136	,066	,172	2,078	,041

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

$$Y = 15,175 + 0,706x_1 + 0,136x_2$$

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 15,175, artinya jika Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan nilainya sebesar 15,175
2. Koefisien regresi variabel Kualitas produk sebesar 0,706 yang artinya jika Kualitas produk dinaikan 1% maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 70,6% dengan asumsi status konstan
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,136 yang artinya jika Kualitas Pelayanan dinaikan 1% maka kepuasan Konsumen meningkat sebesar 13,6% dengan asumsi status konstan

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh langsung atau tidak terhadap variabel dependennya. Uji ini menggunakan t_{tabel} 1,662 apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis alternatif diterima.. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,175	2,509		6,048	,000
	X1	,706	,077	,761	9,190	,000
	X2	,136	,066	,172	2,078	,041

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

1) Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji t untuk variabel Kualitas produk dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha= 0,05$) diperoleh nilai t_{hitung} (9,190) > t_{tabel} (1,662) dengan nilai signifikan (0,000) < (0,05). Sehingga secara parsial variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang berarti apabila Kualitas produk meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat.

2) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha= 0,05$) diperoleh nilai t_{hitung} (2,078) > t_{tabel} (1,662) dengan nilai signifikan (0,041) < (0,05). Sehingga secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang berarti apabila Kualitas Pelayanan meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

c. Uji Signifikansi (Uji F)

Untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen yaitu *financial literacy*, *Kualitas Pelayanan* dan Modal minimal secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan Investasi, digunakan uji F-hitung. Apabila probabilitas tingkat signifikansi uji F-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu yakni 5%, maka pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen adalah signifikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel:

Tabel 8. Hasil Pengujian (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3954,321	2	1977,161	210,800	,000 ^b
	Residual	806,623	86	9,379		
	Total	4760,944	88			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berasarkan uji F untuk variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan diperoleh F_{hitung} sebesar 210,800 dengan nilai signifikansi 0.000. nilai F_{hitung} 210,800 > F_{tabel} 2,71 dengan nilai signifikansi < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan Konsumen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan untuk menerangkan variasi variabel dependen. Dapat dilihat perhitungan pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,911 ^a	,831	,827	3,06257
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Koefisien determinasi (*R square*) 0,831. Hal ini berarti 83,1% variasi dari variabel Y dijelaskan oleh variasi dari (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan). Sedangkan sisanya (100% - 83,1% = 16,9%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan), yang artinya variabel X (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan mempunyai kontribusi yang cukup kuat sebesar 83,1% terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis Statistik

Uji hipotesis dilakukan dengan uji signifikansi secara parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji signifikansi dilakukan dengan uji-t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis (alpha) 5%

1. Uji Hipotesis H1

Perumusan hipotesis di bawah ini :

$H_0 : \beta_1 \leq 0$.

$H_a : \beta_1 > 0$

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

No	Variabel Pengujian	Koefisien B	t_{hitung}	t_{tabel}	signifikansi	Kesimpulan
1	X1 dengan y	0,706	9,190	1,662	0,00	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis Kualitas produk menunjukkan nilai $\beta = 0,706$ dengan t_{hitung} sebesar 9,190. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 9,190 > 1,662 maka koefisien β signifikan atau dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang berarti H_a diterima artinya Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

2. Uji Hipotesis H2

HO : $\beta_2 \leq 0$.

Ha : $\beta_2 > 0$

Tabel 11 Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

No	Variabel Pengujian	Koefisien B	t _{hitung}	t _{tabel}	signifikasi	kesimpulan
1	X2 dengan y	0,136	2,078	1,662	0,041	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis *Kualitas Pelayanan* menunjukkan nilai $\beta = 0,136$ dengan t_{hitung} sebesar 2,078. Berdasarkan nilai t_{hitung} > t_{tabel} 2,078 > 1,660 maka koefisien β signifikan atau dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Yang berarti Ha diterima artinya Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen

3. Uji Hipotesis H3

HO: $\beta_4 \times x_4 \leq 0$

Ha: $\beta_4 \times x_4 > 0$

Tabel 12 Uji Hipotesis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan kepuasan konsumen

No	Variabel Pengujian	f _{hitung}	f _{tabel}	signifikansi	Kesimpulan
1	X ₁ , X ₂ , dengan y	210,800	2,71	0,00	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, menunjukkan nilai F_{hitung} = 210,800 Berdasarkan nilai f_{hitung} > f_{tabel} 210,800 > 2,71 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Yang berarti Ha diterima artinya Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen.

Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang meliputi upaya untuk memuaskan para konsumen atas keinginan dan kebutuhannya meliputi bentuk, ciri ciri produk, Ketetapan dan desain. hal ini menunjukkan apabila kualitas produk yang diberikan oleh Yamaha bagus maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk dari Yamaha tersebut dan tentunya akan membeli ulang produk tersebut. Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang di lakukan Eko Supriyanto (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha Rivai Palembang dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

2) Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang

meliputi kualitas layanan terdapat beberapa indikator yaitu, Bukti fisik, simpati kehandalan, jaminan. Apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat baik dan menunjukkan pelayanan yang bagus maka konsumen akan nyaman Ketika sedang berbelanja atau membeli produk tersebut. Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Jesika Ninsi Utami (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membeli Motoryamaha Pada Pt. Thamrin Brothers Kota Pagaralam. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (t) bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan produk, inovasi, keunggulan produk lebih ditingkatkan lagi. Kemampuan berinovasi dan daya tanggap dalam proses pelayanan yang baik, maka akan meningkatkan kepuasan penggunaan Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Wijaya (2018) yang berjudul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dan Simultan.

IV. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
3. Secara bersama-sama semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Saran

Adapun saran-saran yang diberikan melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Pihak yamaha untuk lebih membenahi kualitas produknya ini sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen yang menggunakan produk yamaha merasa senang dan handal d Sehingga pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang.
2. Pihak yamaha untuk lebih menjamin pelayanan yang diberikan Ketika konsumen ingin membeli produk tersebut maupun hanya sekedar bertanya tentang produk yang ingin dia beli.
3. Guna meningkatkan pembelian produk ini sesuai dengan kebutuhan konsumen maka dealer Yamaha bisa melakukan berbagai promosi sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut

Daftar Pustaka

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural Aditia, A. R. R., Wadud, M., & Dp, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 5. No. 2 (2025)

Konsumen Sepeda Motor Nmax Pada Pt Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 1(01), 23-37.

Agustina Shinta, (2019). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press, Malang.

Agusty, Ferdinand (2017). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Asauri, S.(2016). *Manajemen Operasi Produksi*” Pt Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Anoraga, P, (2017). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta, Jakarta.

Basu Swasta.(2015). *Manajemen Pemasaran BPF*E.Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2016), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.

Chatrina, N. F., & Suwanto, S. (2022). Pengaruh harga, ketersediaan produk, dan kemasan terhadap kepuasan pelanggan saus lombok mas pada CV. Indosari Lombok Mas di Lampung Tengah. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(1), 239-247.

Suyadi Prawirosentomo, (2016). *Manajemen Operasi: Analisis dan Studi Kasus*, Ed. 4, Cet. 2. ed. Bumi Aksara, Jakarta.

Sarwono, Jonathan. (2015) *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS- SM)*. Yogyakarta: Andi. 226 Hal.

Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV