

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK GULA GUPALAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI SURABAYA

Oleh :

Karomatus Suada¹, Soedarmanto²

STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya

Jl. Perak Barat No. 173 Surabaya

Email: karomatuss123@gmail.com¹, soedarmanto@stiamak.ac.id²

ABSTRAK

Kegiatan utama usaha dari PT. Perkebunan Nusantara XI adalah produksi gula. Gula pasir merupakan kebutuhan pokok strategis yang memegang peran penting di sektor pertanian, khususnya sub sektor perkebunan dalam perekonomian nasional. Permintaan gula secara nasional akan terus meningkat seiring meningkatnya jumlah penduduk, pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan industri pengolahan makanan dan minuman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk gula Gupalas pada bulan Juni 2021 hingga Juni 2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 66 responden yang diambil melalui teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan diperoleh dari kuesioner melalui *online* pada *google form* dan *offline* pada konsumen di perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *T*hitung pada variabel kualitas pelayanan sebesar $1,401 < \text{nilai } T_{\text{tabel}} 1,998 \text{ dan nilai sig } 0,166 > \text{nilai sig } 0,05$. Maka H_1 tolak dan H_0 terima, sehingga variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas. Sedangkan *T*hitung pada variabel kualitas produk sebesar $5,664 > \text{nilai } T_{\text{tabel}} 1,998 \text{ dan nilai sig } 0,000 < \text{nilai sig } 0,05$. Maka H_2 terima dan H_0 tolak, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas. Nilai *F*hitung sebesar $55,830$ yakni $> \text{nilai } F_{\text{tabel}} 3,14 \text{ dan nilai sig } 0,000 < \text{dari } 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, PTPN XI.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi sehari-hari berdampak besar pada perkembangan kemajuan, semua pergantian inovasi dan informasi bisa disebarluaskan secara luas, apalagi pada waktu yang tidak lama. Hal tersebut tidak terbebas dari dukungan teknologi informasi yang menjadi lebih meningkat dan berkembang. Mewajibkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk sesuai keahlian sendiri-sendiri. Karena penerimaan informasi yang tidak lama dan perkembangan teknologi, perusahaan menjadikan pelayanan dan produk untuk mencukupi apa yang diinginkan konsumen dan keperluan konsumen, itu membuat konsumen puas dengan apa yang telah rasakan konsumen dari perusahaan. Untuk sekarang, ada beberapa perusahaan yang meminimalkan keuntungan dan belum memenuhi harapan. Hal ini bukan karena produk yang dijual tidak memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, tetapi karena pelayanan yang diberikan tidak relevan terhadap keinginan konsumen. Apabila pelayanan diterima sesuai dengan ekspektasi, akan

membuat konsumen menjadi puas karena pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan tetap memiliki konsumen tersebut.

Banyak yang berdampak negatif karena terjadinya pandemi covid di Indonesia. Indonesia menyarankan masyarakat untuk melaksanakan pembatasan jarak manusia secara fisik untuk menjaga jarak, menjauhi segala bentuk keramaian. Tentu dengan kebijakan ini sebagian besar berkegiatan dari rumah atau Work From Home (WFH). Dunia pendidikan juga erat kaitannya dengan kebijakan ini, tidak mungkin melakukan kegiatan pendidikan dan pembelajaran secara langsung di dalam kelas. Kementerian Pendidikan telah mengeluarkan arahan untuk merubah proses kegiatan belajar mengajar (KBM) dengan menutup sekolah dan memanfaatkan jaringan atau yang disebut dengan pembelajaran online. Ada banyak pemutusan hubungan kerja (PHK) dan tidak sedikit karyawan dirumahkan. Kepuasan konsumen menjadi hal yang perlu diperhatikan di dalam berbisnis sehingga kualitas pelayanan dan kualitas produk tetap terjaga dan ditingkatkan di masa pandemi Covid ini.

PT Perkebunan Nusantara XI (PTPN XI) merupakan perseroan terbatas agribisnis perkebunan dengan *core business* gula. Berawal dari tahun 2011 PT Perkebunan Nusantara XI mulai memasarkan salah satu produk utama gula dalam kemasan 1 kg dengan memakai merek GUPALAS (Gula Pasir Sebelas). Gula adalah salah satu kebutuhan pokok dan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat.

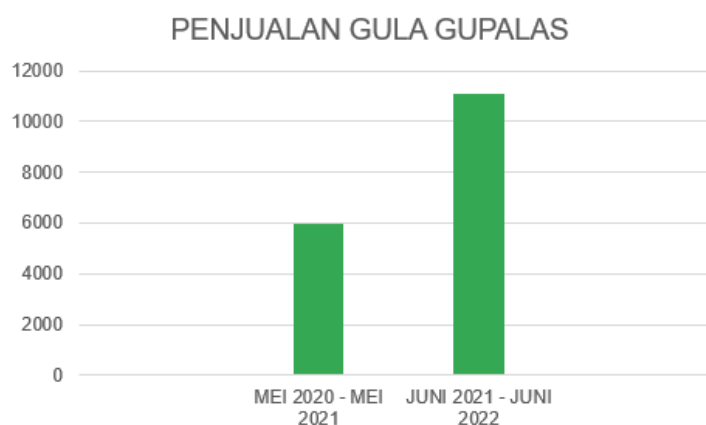
Di dalam mempertahankan sebuah bisnis, yang mampu menghadapi para pesaing dari perusahaan yang sama-sama mempunyai pelayanan dan produk sejenis atau target konsumen yang dimiliki perusahaan sama. Manajemen pemasaran penting guna memenuhi persaingan yang semakin meningkat dan kebutuhan akan cara penyebaran barang dan jasa pada konsumen akhir yang lebih baik untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan. Manajemen pemasaran merupakan kegiatan persiapan, melaksanakan, dan menghimbau program yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan, menghasilkan keuntungan, menjaga pasar dan menciptakan pertumbuhan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah suatu emosi yang terjadi, menyenangkan maupun mengecewakan saat seorang konsumen menerima kinerja dari sebuah produk memenuhi atau mengecewakan.

Pada dasarnya, konsumen membentuk harapan mereka melalui pengenalan produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan tawaran produk dan apa yang dialami konsumen seperti yang direkomendasikan oleh seseorang yang melakukan pembelian dan memakai produk. Namun bila perusahaan mengharapkan sesuatu yang sangat tinggi, konsumen bisa merasa kurang puas, dan bila ekspektasi perusahaan tidak tinggi, hal ini tidak menarik ketertarikan produk terhadap konsumen. Kualitas pelayanan merupakan perilaku serta kekuatan karyawan pada sebuah perusahaan yang mempunyai komitmen guna membuat pelayanan menjadi lebih baik dan berkualitas tinggi terhadap konsumen, rekan kerja dan pemimpin perusahaan. Kualitas produk yakni sebuah produk atau jasa yang telah melewati tahapan-tahapan perhitungan penilaian suatu produk, tidak terdapat kekurangan serta menciptakan produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan yang tidak rendah. Dalam mencapai kualitas produk sesuai dengan keinginan, hingga standar kualitas menjadi penting untuk mencapai produk yang diinginkan. Adapun data penjualan produk gula gupalas sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penjualan Gula Gupalas Mei 2020 – Juni 2022

PERIODE	JUMLAH
MEI 2020 - MEI 2021	5.978
JUNI 2021 - JUNI 2022	11.080

Sumber : Bagian Pemasaran PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.



Gambar 1.1 Penjualan Gula Gupalas Mei 2020 – Juni 2022
 Sumber : Bagian Pemasaran PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya

Berdasarkan tabel dan gambar menunjukkan bahwa penjualan gula gupalas pada Mei 2020 – Mei 2021 adalah 5.978 dus sedangkan pada Juni 2021 - Juni 2022 adalah 11.080 dus yang menyatakan bahwa ada peningkatan pada penjualan gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

Dengan adanya fenomena tersebut bagi perusahaan penting untuk mengembangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk gula gupalas agar kepuasan konsumen meningkat, niat pembelian kembali dari konsumen juga semakin meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk GULA GUPALAS pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya”**.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini berlandaskan pada latar belakang tersebut:

1. Apakah variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya?;
2. Apakah variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya?;
3. Apakah variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya?.

Tujuan Penelitian

Tujuan adanya penelitian ini, yang akan diwujudkan berdasarkan dari rumusan masalah yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya?;
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya?;
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya?.

Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat pada penelitian ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan
 Penelitian ini diharapkan untuk bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam penjualan produk gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.
2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan berpikir mahasiswa-mahasiswi, menambah literatur perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, dan menerapkan teori dalam bidang manajemen pemasaran terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk menjadi referensi bahan penelitian tahun-tahun berikutnya yang akan datang dan menambah wawasan. Selain itu peneliti lebih memahami tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut (Kasmir, 2017:47 dalam Permadani, 2021) perbuatan atau yang dilakukan seseorang ataupun suatu organisasi yang bertujuan membuat konsumen puas, antar pegawai, serta pimpinan. Memberikan dukungan dan pelayanan untuk konsumen. Menurut (Armistead dan Clark, 1999:56-57 dalam Permadani, 2021) keahlian pegawai saat melakukan pekerjaannya dengan memberi pelayanan serta bantuan yang berkomitmen, dan mengatasi permasalahan dalam memberikan pelayanan. Menurut (Rusydi, 2017:39 dalam Permadani, 2021) keahlian organisasi yang menghasilkan layanan menjadi meningkat dibanding oleh kompetitor perusahaan. Dari definisi-definisi yang telah diterangkan, maka bisa ditarik kesimpulan kualitas pelayanan merupakan perbuatan atau perilaku seseorang ataupun organisasi, kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya dengan memberikan pelayanan dan mengatasi masalah yang terjadi dengan menghasilkan pelayanan terbaik dibandingkan dengan pesaing.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2011:198 dalam Gustiani, 2022) terdiri dari dimensi-dimensi pokok yaitu:

1. Reliabilitas yaitu berhubungan tentang perusahaan mampu dalam memberi layanan dengan benar, dari awal pelayanan dan tidak memberikan kesalahan serta penyampain jasa sesuai pada waktu kesepakatan;
2. Daya Tanggap mempunyai hubungan antara kesiapan, pegawai bersedia melakukan bantuan kepada konsumen-konsumen dan melayani apa yang dipinta konsumen, memberikan informasi tentang jasa yang telah disepakati serta melayani dengan cepat;
3. Jaminan merupakan sikap pegawai yang membuat konsumen percaya kepada perusahaan serta bisa membuat para konsumen nyaman;
4. Empati menerangkan perusahaan harus paham tentang masalah yang terjadi pada konsumen serta menindaklanjuti untuk kenyamanan konsumen, dan memberi rasa kepedulian pribadi kepada konsumen;
5. Bukti Fisik merupakan ketertarikan seperti fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, serta persediaan yang dipakai perusahaan tidak kotor, dan tampilan pegawai rapi.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Kotler & Armstrong, 2009 : 345 dalam Hasanah, 2019) produk merupakan hal-hal yang membuat rasa perhatian, yang menarik perhatian, hasil, pengguna bisa memberikan kepuasan dalam suatu kebutuhan atau keinginan yang ditawarkan kepada pasar. Menurut (Tjiptono, 2008: 67 dalam Hasanah, 2019) gabungan antara karakteristik, sifat untuk menentukan sejumlah pengeluaran bisa mencukupi persyaratan keperluan konsumen serta memberi nilai karakteristik, sifat untuk mencukupi keperluan. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008 dalam Hasanah, 2019). *Product quality* yaitu karakter produk tergantung kepada keahliannya guna membuat kepuasan keperluan konsumen. Pada penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan kualitas produk merupakan karakteristik untuk menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi, memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan kepuasan konsumen yang ditawarkan kepada pasar.

Indikator Kualitas Produk

Menurut (Tjiptono, 2008 : 67 dalam Hasanah, 2019) kualitas menggambarkan seluruh indikator tawaran produk yang memberikan manfaat (keuntungan) untuk konsumen. Kualitas produk berwujud barang maupun jasa ditentukan dari dimensinya. Dimensi-dimensi kualitas produk:

1. Kinerja adalah karakteristik operasi serta produk inti yang dijual. Seperti cepat, mudah dan nyaman dalam menggunakan;
2. Fitur (ciri-ciri atau keistimewaan) adalah ciri yang dimiliki produk menjadikan produk beda dengan produk lain;
3. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh manakah ciri gambar serta operasi bisa sesuai yang telah ditentukan. Contohnya pengontrolan kualitas, pengontrolan gambar, standar operasional;
4. Keandalan adalah peluang rendah yang akan menemui kerusakan, gagal dipakai atau produk tidak dapat digunakan. Semakin rendah kemungkinan terjadi kerusakan, semakin produk bisa diandalkan;
5. Daya tahan adalah berhubungan dengan seberapa jauh produk bisa dipergunakan. Dimensi ini tentang umur teknis dan ekonomis;
6. Kemampuan diperbaiki adalah kualitas produk berdasarkan dari kemampuan perbaikan. Produk dapat diperbaiki pasti mempunyai kualitas yang lebih tinggi daripada produk yang tidak dapat diperbaiki ataupun sukar untuk diperbaiki;
7. Kualitas yang dipersepsikan adalah pendapat konsumen terhadap seluruh kualitas ataupun kelebihan sebuah produk. umumnya disebabkan pengetahuan pembeli yang masih kurang tentang sifat atau karakteristik produk yang hendak dibeli, konsumen akan merasakan kualitasnya dalam hal harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara yang memproduksinya.;
8. Daya Tarik Produk merupakan keelokan mengacu pada penampilan suatu produk yang dapat membuat konsumen menyukainya.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler & Keller, 2008, dalam Afiari, 2020) Kepuasan konsumen adalah kunci utama dalam pembelian ulang konsumen. Kepuasan konsumen hanya dapat dicapai ketika perusahaan memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen. Konsumen mempunyai ciri tersendiri seperti wawasan, kelas sosial, makan garam, pendapatan, dan keinginan (Yamit, 2011 dalam Afiari, 2020). Menurut (Bitner dan Zeithaml, 2003 dalam Afiari, 2020), mengungkapkan bahwasannya kepuasan konsumen yaitu sebuah bentuk evaluasi ataupun penilaian oleh konsumen, apakah suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan definisi di atas, kepuasan konsumen adalah emosi yang dapat dilihat baik sebagai kepuasan maupun kekecewaan ketika konsumen menerima hasil kinerja dari sebuah produk yang memenuhi atau kurang dari harapan.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Rambat Lupiyoadi, 2001 dalam Afiari, 2020), dalam menetapkan tingkat kepuasan konsumen, ada 5 faktor yang perlu diperhatikan perusahaan, yakni:

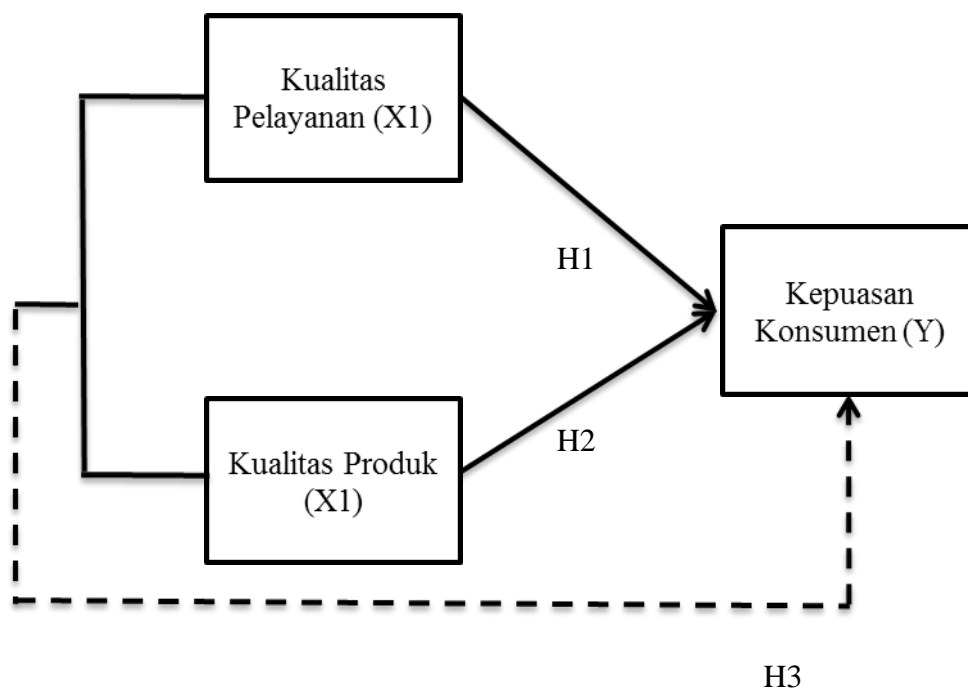
1. Kualitas Produk: Produk yang berkualitas baik akan mampu membuat kepuasan konsumen;
2. Kualitas pelayanan: Konsumen membutuhkan kualitas pelayanan berimbang dengan yang dipersepsikan;
3. Emosional: Konsumen merasa senang saat memakai produk ataupun jasa yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan sudah mempunyai nama di semua kalangan;
4. Harga: harga yang terjangkau serta mempunyai kualitas baik, tentu saja bisa memberikan nilai lebih pada konsumen;
5. Biaya: Konsumen merasa sangat puas jika produk yang dibeli tidak ada tambahan biaya misalnya pajak atau tidak membuang waktu serta biaya lebih guna membeli produk yang sama;
6. Adanya kegiatan mengukur kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen adalah

sesuatu persoalan menjadi penting bagi perusahaan, disebabkan kegiatan itu bisa menciptakan *feedback* dan saran bagi kepentingan perkembangan dan penerapan strategi peningkatan kepuasan konsumen.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menjelaskan rancangan yang berkaitan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) pada sebuah penelitian.

Adapun model rancangan penelitian dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah 2022

Hipotesis

Hipotesis adalah respon sementara terhadap rumusan masalah sebuah penelitian, sudah diungkapkan sebagai penjelasan (Sugiyono, 2011 dalam Nurmalia 2020). Peneliti mengajukan hipotesis sebagaimana berikut:

1. H1 : Diduga bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya;
2. H2 : Diduga bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya;
3. H3 : Diduga bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif secara umum dipahami seperti sebuah penelitian yang dimulai dengan pengumpulan data, pemahaman data, dan penyajian hasil serta melibatkan penggunaan angka, biasanya didukung dengan penggunaan versi program SPSS yang berbeda. Selanjutnya menurut Sugishirono (2019:16-17), metode kuantitatif bisa diartikan sebagai tahapan penelitian berdasarkan pada *filsafat positivisme*, guna meneliti populasi serta sampel tertentu, dan memakai alat instrumen penelitian pengumpulan

data, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dan ditujukan guna memvalidasi hipotesis yang sudah diterapkan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:126) Populasi yaitu bidang-bidang menggeneralisasi, terkumpul dari objek maupun subjek yang mempunyai ciri ataupun sifat tertentu, yang dilaksanakan oleh peneliti guna dipahami apa yang diteliti dan menarik kesimpulan dari penelitian itu. Sedangkan Sampel menurut Sugiyono (2018:81) sebagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Pengukuran sampel menggunakan rumus menurut Siregar (2017) yaitu rumus Slovin, adapun rumus slovin yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi

e : Toleransi tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel

Toleransi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10%. Maka pengukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{193}{1 + 193 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{193}{2,93}$$

$$n = 65,8 \text{ atau dibulatkan menjadi } 66$$

Berdasarkan dari hasil yang sudah didapatkan, sampel yang akan dipergunakan pada penelitian ini sebesar 66 responden.

Teknik Sampling

Teknik sampling yaitu teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sebuah sampel, pengambilan sampel dalam penelitian pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya memanfaatkan teknik pengambilan sampel *non-probability* sampling dengan jenis *purposive sampling*.

Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian in jenis data yang dipergunakan yakni jenis data berdasarkan sifat, dimana data tersebut data kuantitatif. Pada penelitian ini sumber data yang dipergunakan yaitu :

1. Data Primer

Data primer sebuah sumber data yang secara langsung mengasihkan data kepada peneliti seperti dari wawancara, dari sebuah pendapat dan pandangan sekelompok orang atau individu ataupun hasil dari observasi sebuah objek, sebuah hasil pengujian atau benda. (Sugiyono, 2017;193 dalam Yohanes, 2019).

2. Data Sekunder

Data sekunder sumber data yang tidak secara langsung diberikan kepada pengumpul data dari perantara seperti dari catatan, bukti yang sudah ada ataupun arsip yang diterbitkan kepada umum maupun arsip yang tidak diterbitkan kepada umum. (Sugiyono, 2017;193 dalam Yohanes, 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017;194 dalam Latifah & Silalahi, 2022) dilaksanakan dengan interview, kuesioner, observasi, serta gabungan dari ketiganya. Metode yang dipergunakan di dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Kuesioner (Angket)
Menurut Sugiyono (2019;199-200) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan memberi daftar pernyataan tertulis yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner bisa dibagikan secara langsung atau dibagikan secara online melalui google form pada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan gula Gupalas pada tahun 2021. Pengukurannya mempergunakan skala likert.
2. Observasi
Menurut Sugiyono (2019;203) Observasi adalah bagian dari teknik pengumpulan data yang memiliki berbeda dari teknik pengumpulan data yang lainnya, yakni kuesioner serta wawancara.
3. Wawancara
Menurut Sugiyono (2017,194) Wawancara merupakan komunikasi secara langsung atau secara lisan sebagai teknik pengumpulan data yang dipergunakan saat melakukan penelitian. Di penelitian ini, wawancara dilaksanakan kepada kepala bagian pemasaran serta karyawan-karyawan bagian pemasaran dari PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.
4. Studi Pustaka
Studi Pustaka yakni salah satu teknik pengumpulan data, dengan melakukan pencarian informasi atau data melewati kumpulan dokumen.

Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2012;59 dalam Moto, 2019) Variabel penelitian adalah suatu kelengkapan, sifat atau penilaian dari orang, organisasi, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tersendiri yang ditentukan oleh peneliti guna dipelajari, diamati, sehingga peneliti mendapatkan informasi-informasi mengenai hal tersebut, dan kemudian bisa menyimpulkannya Berkaitan dengan definisi variabel operasional, maka penelitian ini menggunakan variabel-variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi ataupun menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Di dalam penelitian ini, mengkaji dua variabel bebas yakni kualitas pelayanan serta kualitas produk.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel sebagai akibat atau variabel yang dipengaruhi adanya variabel bebas disebut sebagai variabel terikat. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel terikat kepuasan konsumen.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) Analisis data yaitu suatu aktivitas sesudah terkumpulnya sumber data yang diperoleh dari semua responden, dan sumber data dari yang lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan alat uji SPSS dengan analisis regresi berganda.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) merupakan uji guna mengukur sah ataupun tidaknya sebuah kuesioner.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017) uji yang mempunyai tujuan mencari tau sejauh manakah hasil pengukurannya tetap konsisten bila pengukuran dilaksanakan dua kali ataupun lebih terhadap gejala yang sama dan mempergunakan alat yang sama.

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menguji hipotesis mempergunakan analisis regresi berganda antara lain:

- a. Uji Normalitas
Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas memiliki tujuan guna menguji apakah model regresi variabel pengganggu ataupun residual mempunyai distribusi yang normal. Sebagaimana yang telah diketahui Uji T serta F menganggap nilai residual mengikuti distribusi yang normal, sehingga uji normalitas dapat diuji menggunakan *kolmogorov-smirnov*. Dimana *kolmogorov-smirnov* data dikatakan normal bila nilai signifikan $> 0,05$.
- b. Uji Multikolinearitas
Menurut Ghozali (2018) Uji multikolinearitas mempunyai tujuan guna menguji apakah menemukan korelasi variabel bebas (independen) dari model regresi. Seharusnya model regresi yang baik tidak akan mengalami korelasi antar variabel independen (bebas). Suatu uji multikolinearitas dapat dikatakan lulus apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10 dan nilai toleran lebih besar dari 0,10. Pengukuran ini menyatakan tidak ada korelasi antar variabel independen.
- c. Uji Heteroskedastisitas
Menurut Ghozali (2018) Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah model regresi mengalami ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain dan diharapkan model regresi setiap observasi memiliki residual yang sama. Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *glejser*, dimana dinyatakan lulus uji heteroskedastisitas bila nilai signifikansinya diatas 0.05.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda menurut Ghozali (2018) yaitu perluasan dari regresi linier sederhana dimana merupakan alat yang sama-sama dilakukan guna memprediksi permintaan dimasa yang akan datang bersumber pada data masa lampau ataupun dapat diartikan regresi berganda ditujukan guna mengetahui pengaruh dari satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini bertujuan melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

5. Uji Hipotesa

Model regresi yang telah mencukupi persyaratan asumsi klasik, selanjutnya akan dilakukan analisis melalui pengujian hipotesis antara lain:

- a. Koefisien Determinasi
Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) yakni mengukur jauhnya kemampuan model variabel bebas (kualitas pelayanan serta kualitas produk) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol serta satu. Jika koefisien determinasi nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Uji T (Parsial)
Menurut (Priyastama dalam Imron 2019) Uji t menguji pengaruh dari variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menguji secara parsial apakah ada pengaruh kualitas pelayanan serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen gula Gupalas. Menarik kesimpulan dilihat dari jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau nilai sig. $< 0,05$ maka pengaruhnya signifikan, sedangkan, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig. $> 0,05$ maka pengaruhnya tidak signifikan.
- c. Uji F (Simultan)
Menurut Ghozali (2018) Uji F tujuannya mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen Menarik kesimpulan dilihat dari bila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ataupun nilai sig. $< 0,05$ maka pengaruhnya adalah signifikan, sedangkan bila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ataupun nilai sig. $> 0,05$ maka pengaruhnya adalah tidak signifikan.

IV. Analisis Data dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Variabel yang digunakan penelitian ini meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk serta kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari statistik deskriptif berikut:

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	66	18	25	21,15	2,157
Kualitas Produk	66	24	40	33,62	3,854
Kepuasan Konsumen	66	21	30	25,55	2,763
Valid N (listwise)	66				

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Hasil output diatas menyimpulkan bahwasannya ketiga variabel tersebut memiliki sebaran data yang merata karena hasil *mean* dari ketiga variabel mempunyai nilai yang tinggi daripada standar deviasi.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) apabila korelasi setiap faktor besarnya 0,3 ke atas maka dinyatakan konstruk yang kuat dan bila korelasi kurang dari 0,3 maka butir instrumen tidak valid. Berikut hasil uji validitas dari tiga variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,717	Valid
	X1.2	0,730	Valid
	X1.3	0,767	Valid
	X1.4	0,724	Valid
	X1.5	0,723	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,730	Valid
	X2.2	0,767	Valid
	X2.3	0,726	Valid
	X2.4	0,770	Valid
	X2.5	0,775	Valid
	X2.6	0,786	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	X2.7	0,679	Valid
	X2.8	0,726	Valid
	Y.1	0,783	Valid
	Y.2	0,747	Valid
	Y.3	0,847	Valid
	Y.4	0,725	Valid
	Y.5	0,745	Valid
	Y.6	0,783	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berdasarkan olah data SPSS pada uji validitas ketiga variabel di atas, penelitian ini seluruh item

pernyataannya lebih besar dari 0,3 sehingga dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017) instrumen penelitian atau kuesioner dikatakan reliabel apabila *Alpha Cronbach* > 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,779	Reliabel
Kualitas Produk	0,882	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,863	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berlandaskan tabel diatas diketahui bahwasannya nilai *Cronbach Alpha* dari ketiga variabel diatas 0,6 yang menyatakan bahwa ketiga variabel reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas dapat diuji menggunakan *kolmogorov-smirnov*, dimana *kolmogorov-smirnov* akan dinyatakan normal bila nilai signifikan > 0,05.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,65964704
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,103
	Positive	,102
	Negative	-,103
Test Statistic		,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berdasarkan hasil di atas nilai sig *kolmogorov-smirnov* pada uji normalitas penelitian ini sebesar 0,082 yang dimana menandakan bahwa hasil diatas 0,05. Sehingga dapat dinyatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10 serta nilai toleran lebih besar dari 0,10.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,018	2,098		2,391	,020		
Kualitas Pelayanan	,211	,151	,165	1,401	,166	,414	2,417
Kualitas Produk	,478	,084	,666	5,664	,000	,414	2,417

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berlandaskan hasil SPSS memperlihatkan bahwasannya pada kualitas pelayanan nilai toleransinya 0,414 yang menandakan lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF 2,417 dimana nilai tersebut tidak lebih dari 10. Sedangkan variabel kualitas produk nilai toleran lebih besar dari 0,10 yakni 0,414 serta nilai VIF tidak lebih dari 10 yaitu 2.417. Maka hal ini menunjukkan bahwasannya tidak mengalami multikolinearitas di setiap variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018) dapat diuji dengan uji *glejser*, dimana dinyatakan lulus uji heteroskedastisitas bila nilai signifikansinya diatas 0.05.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,353	1,429		,247	,806
	Kualitas Pelayanan	,045	,103	,085	,436	,665
	Kualitas Produk	-,003	,057	-,010	-,050	,960

a. Dependent Variable: RES2
 Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Dari tabel uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan serta kualitas produk memiliki signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga dinyatakan bahwasannya tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14 Hasil Uji regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,018	2,098		2,391	,020
	Kualitas Pelayanan	,211	,151	,165	1,401	,166
	Kualitas Produk	,478	,084	,666	5,664	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berlandaskan tabel koefisien diatas maka diketahui model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 5,018 + 0,211X_1 + 0,478X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut disimpulkan sebagaimana berikut:

1. Nilai a (konstanta) sebesar 5,018 yang menunjukkan bahwasannya kepuasan konsumen belum dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X1) serta kualitas produk (X2). Sehingga variabel kepuasan konsumen tidak ada perubahan.
2. Koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,211 yang menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila naik 1 satuan maka akan berdampak pada kepuasan konsumen dengan anggapan variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwasannya kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila naik 1 satuan maka berdampak pada kepuasan konsumen sebesar 0,478 dengan anggapan variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesa

1. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dipergunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel bebas (kualitas pelayanan serta kualitas produk) dalam menjabarkan variasi variabel dependen (kepuasan konsumen). Uji koefisien determinasi diukur menggunakan nilai Adjusted R2.

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,800 ^a	,639	,628	1,686

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

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berlandaskan hasil uji diatas menunjukkan bahwasannya nilai *adjusted* R2 adalah 0,628 atau 62,8%. Hal ini menyatakan bahwasannya kualitas pelayanan serta kualitas produk berpengaruh sebesar 62,8% terhadap kepuasan konsumen gula gupalas. Sedangkan sisanya (100% - 62,8% = 37,2%) dipengaruhi oleh variabel lain, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji T (Parsial)

Menurut (Priyastama dalam Imron 2019) Uji T dipergunakan menguji pengaruh dari variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) secara individual terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Adapun perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya;

H₀ : Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya;

H₂ : Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya;

H₀ : Variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya

Pengukuran uji T dilihat dari nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ serta nilai sig diatas 0,05. T_{hitung} dapat dilihat dari tabel pengujian SPSS sedangkan T_{tabel} dapat diketahui pada rumus berikut :

$$T_{tabel} : (a / 2 : n - k - 1)$$

Keterangan :

k : jumlah variabel independen

n : jumlah data responden

a : 0,05

$$T_{tabel} : (0,05 / 2 : 66 - 2 - 1) = (0,025 : 63) = 1,998$$

Tabel 4.16 Hasil Uji T

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,018	2,098		2,391	,020
	Kualitas Pelayanan	,211	,151	,165	1,401	,166
	Kualitas Produk	,478	,084	,666	5,664	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Diketahui bahwa nilai T_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1,401 < nilai T_{tabel} 1,998 dan nilai sig 0,166 > nilai sig 0,05. Maka H_1 tolak dan H_0 terima, sehingga variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas.
2. Diketahui bahwa nilai T_{hitung} pada variabel kualitas produk sebesar 5,664 > nilai T_{tabel} 1,998 dan nilai sig 0,000 < nilai sig 0,05. Maka H_2 terima dan H_0 tolak, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas.

3. Uji F (Simultan)

Menurut Ghazali (2018) Uji F menunjuk apakah variabel independen (kualitas pelayanan serta kualitas produk) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Adapun perumusan hipotesisnya adalah:

H_3 : Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya;

H_0 : Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

Pengukuran uji F dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ataupun nilai sig. > 0,05. Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari tabel SPSS sedangkan nilai F_{tabel} dapat diketahui dari rumus berikut:

$$F_{tabel} : (k : n - k)$$

Keterangan :

k : jumlah variabel independen

n : jumlah data responden

$$F_{tabel} : (k : n - k) = (2 : 66 - 2) = (2 : 64) = 3,14$$

Tabel 4.17 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317,326	2	158,663	55,830	,000 ^b

Residual	179,038	63	2,842
Total	496,364	65	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2022

Berlandaskan tabel anova di atas, dapat diketahui bahwasannya nilai F_{hitung} sebesar 55,830 yakni $>$ nilai F_{tabel} 3,14 serta nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berlandaskan hasil output SPSS diperoleh nilai bahwa koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,211 yang menunjukkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila naik 1 satuan maka mempengaruhi kepuasan konsumen dengan anggapan variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini, sedangkan hasil nilai T_{hitung} pada kualitas pelayanan sebesar $1,401 <$ nilai T_{tabel} 1,998 serta nilai sig $0,166 >$ nilai sig $0,05$ sehingga variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas.

Dalam pembahasan ini disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh positif, secara parsial kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Dimana kualitas pelayanan tidak menjadi hal penting di dalam kepuasan konsumen namun jika ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat.

Hasil dalam penelitian ini, relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Dhita Tresiya; Djunaidi; Heri Subagyo (2019) dengan judulnya “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek *Online* Go-Jek Di Kota Kediri.” Penelitian ini mengungkapkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Penelitian ini menunjukkan bahwasannya nilai T_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar $1,401 <$ nilai T_{tabel} 1,998 serta nilai sig $0,166 >$ nilai sig $0,05$. Sedangkan koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwasannya kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila naik 1 satuan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,478 dengan anggapan variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam pembahasan ini disimpulkan bahwasannya kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Dimana kualitas produk menjadi hal penting di dalam menjaga serta meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya oleh Muhammad Fuad Khasan; Ety Rochaety Deni Adha Akbari (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Gulai Tikungan Blok M” penelitian ini mengungkapkan bahwasannya kualitas produk serta kualitas layanan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwasannya dengan meningkatkan kualitas produk gulai tikungan blok m diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji F (Simultan) dapat diketahui bahwasannya nilai F_{hitung} sebesar 55,830 yakni $>$ nilai F_{tabel} 3,14 dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwasannya H_3 diterima

dan H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y) produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Jika ada peningkatan pada kualitas pelayanan serta kualitas produk maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

Hasil dari penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Rosa Lesmana; Ratnasari (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa” penelitian tersebut terdapat pengaruh positif serta signifikan secara simultan antara kualitas produk serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil nilai uji *adjusted* R² sebesar 0,628 (62,8%). ini menyatakan bahwasannya kualitas pelayanan serta kualitas produk berpengaruh sebesar 62,8% terhadap kepuasan konsumen gula gupalas. Sedangkan sisanya (100% - 62,8% = 37,2%) dipengaruhi oleh variabel lain, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dan berdasarkan nilai koefisien regresi pada variabel independen yang paling menonjol mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk (X₂) sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwasannya kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila naik 1 satuan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,478 dengan anggapan variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwasannya dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen, kualitas produk penting untuk menjadi daya tarik produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian yang dilakukan pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya yaitu sebagaimana berikut:

1. Hasil output SPSS didapatkan nilai *T*hitung kualitas pelayanan sebesar 1,401 < nilai *T*tabel 1,998 dan nilai sig 0,166 > nilai sig 0,05 sehingga variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.
2. nilai *T*hitung pada variabel kualitas produk sebesar 1,401 < nilai *T*tabel 1,998 dan nilai sig 0,166 > nilai sig 0,05. Yang artinya, kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Dimana kualitas produk menjadi hal penting di dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. hasil uji *F* (Simultan) menyatakan bahwasannya nilai *F*hitung sebesar 55,830 yakni > nilai *F*tabel 3,14 dan nilai sig 0,000 < dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y) produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

Saran

Berlandaskan hasil analisis dari kesimpulan yang telah peneliti kemukakan, maka peneliti mengajukan saran-saran terhadap pihak terkait yaitu:

1. Bagi PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya
Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan, untuk meningkatkan kepuasan konsumen, melakukan *feedback* dari konsumen bisa diketahui kualitas pelayanan yang telah diberikan belum sesuai atau sudah sesuai, pelayanan yang diberikan kepada konsumen tetap terjaga dengan baik. Meningkatkan distribusi atau kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen sampai ke tangan konsumen dengan pelayanan yang sesuai. Sedangkan untuk kualitas produk berpengaruh positif signifikan, artinya kualitas produk penting dalam kepuasan konsumen, dalam meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan *quality control* atau proses pengecekan yang dilakukan oleh perusahaan, guna memastikan kualitas produk telah sesuai dengan standar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi, pedoman, pembandingan serta mampu menambahkan variabel lain. Hal ini disebabkan masih adanya variabel yang belum diteliti oleh peneliti yang memiliki keterkaitan pada kepuasan konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Wulandari, S.F. 2019. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Memilih Layanan Jasa Petikemas Refeer pada Terminal Nilam*. Surabaya : STIA Manajemen dan Kepelabuhanan Barunawati.
- Rizki, A.M 2020. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Perkebunan Nuasantara XIV (Persero) PG Camming*. Makassar : Universitas Muhammadiyah.
- Ismawati, Cut. 2020. *Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry*. Batam : Universitas Internasional.
- Permadani, F.A. 2021. *Analisis Penerapan Sistem Informasi Manajemen Penjualan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan PT Maan Ghodaqo Shiddiq Lestari*. Jombang : STIE PGRI Dewantara.
- Fahtira, V.N. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangganpt Herba Penawar Alwahida Indonesia*. Bengkulu : Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Gustiani, Risma. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Dinas Sosial dan Penanggulangan Kemiskinan Kota Bandung*. Bandung : FISIP UNPAS.
- Uswatun, Hasanah HSB. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap Lang Pada Masyarakat Desa Aek Kanan Kec. Dolok Sigompulon Kab. Padang Lawas Utara Sumatera Utara*. Pekanbaru : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Afiari, R.U. 2020. *Pengaruh Total Quality Management (Tqm) Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keunggulan Bersaing di Lagani Coffee Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Meyta, Dwindy., Bashari, E.N., dan Darmawan, E.D. 2022. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Agen Jne Purnawarman)*. Kebumen : *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 1.
- Mariansyah, Alvin dan Syarif, Amirudin. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. Palembang : *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, Vol. 3, No. 2.
- Lesmana, Rosa dan Ratnasari. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa*. Tangerang : *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 2 No.2.
- Maramis, Freekley Steyfli. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*. Manado : *Junral EMBA*, Vol.6 No.3.

- Khasan, M.F., Rochaety, Ety dan Akbari, D.A. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Gulai Tikungan Blok M. Malang : Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, Vol. 6 No. 1.
- Maulidah, Iis., Widodo, Joko., dan Zulianto, Mukhamad. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Jember : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, Vol. 13 No. 1.
- Sihombing, Saurma., Sipayung, Regina., Tanjung, D.S. 2020. *Pengaruh Perhatian Orangtua Terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Matematika di Kelas IV SD Negeri 097350 Parbutaran Simalungun. Medan : SEJ (School Education Journal)*, Vol. 10 No. 4.
- Larosa Marpaung, Septyani dan Wijoyo, Hadion. 2020. *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Reputasi Aplikasi TIX ID Terhadap Minat Beli Tiket Bioskop Onlinedi Xxi Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Riau : Jurnal Suluh Pendidikan (JSP)*, Vol 8, No 2.
- Nurdin., Hamdhana, Defry., dan Iqbal, Muhammad. 2018. *Aplikasi Quick Count Pilkada Dengan Menggunakan Metode Random Sampling Berbasis Android. Aceh : Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 10, No. 1.
- Wibowo, A.S. 2021. *Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai di Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Purwokerto. Depok : Journal of Management Review*, Vol. 5 No. 3.
- C.P. Handoko, Daiyinta dan Huda, Syamsul. 2018. *Menilik Akuntabilitas Akuntansi Dari Budaya Islam. Karawang : Tirtayasa Ekonomika*, Vol. 13 No. 2.
- Latifah, Silalahi, C.A.P. 2022. *Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Ekonomi Dengan Metode Pembelajaran Inquiri. Medan : Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2 No. 11.
- Pandanwangi, S.S. 2018. *Usulan Nilai Relatif Jabatan Dengan Menggunakan Metode Poin Pada RM Ayam Geprek Bu Sastro. Semarang : Unika Soegijapranata*.
- Mustamir, A.K. 2019. *Islam Nusantara: Strategi Perjuangan “Keumatan” Nahdlatul Ulama. Kediri : Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, Vol 9 No. 3
- Suwanto. 2019. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Unit Telesales Pada Pt Bfi Finance Indonesia TBK. Pamulang : Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 1, No.2.
- Moto, M.M. 2019. *Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran dalam Dunia Pendidikan. Salatiga : Indonesian Journal of Primary Education*, Vol. 3 No.1.
- Tresiya, Dhita., Djunaidi. Subagyo, Heri. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri. Kediri : Universitas Kediri*.
- PTPN XI. 2017. *Gula Premium Gupalas*. Diakses pada 23 April 2022, dari <https://ptpn11.co.id/page/gula-premium-gupalas>

- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*. Jakarta: Kencana
- Sitorus, S. et al. 2022. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitat, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syahza. 2021. *Metodologi Penelitian*, Edisi Revisi. Riau: Unri Press.
- Abimanyu, T., Elpawati, E., dan Nugraha, A. T. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Walini di Industri Hilir Teh PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung*. Bandung: *Jurnal Agribisnis*, Vol. 13, No. 7.