

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Gula GUPALAS pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya

Karomatus Suada¹⁾, Soedarmanto²⁾

^{1,2)}STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya,
soedarmanto@stiamak.ac.id

Korespondensi: soedarmanto@stiamak.ac.id

Abstrak

PT Perkebunan Nusantara XI atau PTPN XI adalah perseroan terbatas agribisnis perkebunan dengan *core business* gula. Sejak tahun 2011 PT Perkebunan Nusantara XI mulai memasarkan salah satu produk utama gula dalam kemasan 1 kg dengan menggunakan merek GUPALAS (Gula Pasir Sebelas). Gula adalah salah satu kebutuhan pokok dan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini yang akan dicapai berdasarkan rumusan masalah adalah: Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan populasi dari konsumen gula Gupalas PT. Perkebunan Nusantara XI dengan jumlah populasi 193 konsumen Gupalas pada bulan Juni 2021 hingga Juni 2022. Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian yang dilakukan pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya adalah sebagai berikut: variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas dan variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan hasil uji F (Simultan) dapat diketahui bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

Kata kunci: PTPN XI, Gupalas, Kualitas, Kepuasan

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi sehari-hari berdampak besar pada perkembangan kemajuan, semua pertukaran informasi dan inovasi dapat disebarluaskan secara global, bahkan dalam waktu yang relatif singkat. Hal ini juga tidak terlepas dari mendukung perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat. Mewajibkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk sesuai bidangnya masing-masing. Karena perubahan teknologi dan arus informasi yang cepat, perusahaan menghasilkan produk dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen puas dengan apa yang mereka terima dari perusahaan. Saat ini, ada banyak 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 sesuai dengan harapan konsumen. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas dengan pelayanan yang diterima bahkan akan menjadi pelanggan tetap perusahaan.

Banyak yang berdampak negatif karena terjadinya pandemi covid di Indonesia. Indonesia mengimbau kepada masyarakat agar melakukan physical distancing yaitu pembatasan jarak manusia secara fisik untuk menjaga jarak, menjauhi segala bentuk keramaian. Tentu dengan kebijakan ini sebagian besar kegiatan di 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 mengganti proses kegiatan belajar mengajar (KBM) dengan menutup sekolah dan menggunakan sistem dalam jaringan atau daring. Ada banyak pemutusan hubungan kerja (PHK) dan banyak karyawan yang

dirumahkan. Kepuasan konsumen sangat penting dalam bisnis sehingga kualitas pelayanan dan kualitas produk tetap terjaga dan ditingkatkan di masa pandemi Covid ini.

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

Dalam persaingan bisnis mengacu pada persaingan antara perusahaan yang menyediakan produk atau layanan serupa atau perusahaan yang menargetkan konsumen yang sama. Manajemen pemasaran penting untuk 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 adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang ditetapkan untuk mencapai tujuan, menghasilkan keuntungan, menjaga pasar dan menciptakan pertumbuhan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah suatu emosi yang terjadi baik senang maupun kecewa ketika seorang konsumen menerima hasil kinerja dari suatu produk yang memenuhi atau mengecewakan. Pada dasarnya, konsumen membentuk harapan mereka dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan dengan menawarkan produk dan pengalaman sebelumnya seperti yang direkomendasikan oleh orang lain yang membeli dan menggunakan produk tersebut. Namun jika ekspektasi perusahaan terlalu tinggi, konsumen bisa kecewa, dan sebaliknya jika ekspektasi perusahaan terlalu rendah, konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan adalah perilaku dan kekuatan karyawan dalam suatu perusahaan yang berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas tinggi kepada konsumen, rekan kerja dan pimpinan perusahaan. Kualitas produk adalah suatu produk atau jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai produk atau jasa tersebut tanpa ada kekurangan dan menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan yang tinggi. Untuk mencapai kualitas produk sesuai dengan keinginan maka standar kualitas diperlukan untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan.

Dengan adanya fenomena tersebut bagi perusahaan penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk gula gupalas agar semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk membeli ulang produk.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan 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

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Adapun tujuan dari penelitian ini yang akan dicapai berdasarkan rumusan masalah adalah:

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. Pekebunan Nusantara XI Surabaya?.

2. TINJAUAN TEORI DAN HIPOTESIS

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan aspek penting untuk mencapai tujuan dari seorang pelaku usaha. Jika pelaku usaha mengabaikan manajemen pemasaran, hasil produksi tidak akan menghasilkan pendapatan yang optimal.

Menurut (Kotler & Keller 2009 dalam Wulandari, 2019) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran yaitu seni atau ilmu untuk menentukan pasar sasaran, menaklukkan pasar, menjaga pasar, menghasilkan pertumbuhan pelanggan, dan memberikan nilai-nilai pelanggan tertinggi.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut (Kasmir, 2017:47 dalam Permadani, 2021) ialah perbuatan atau yang dilakukan seseorang ataupun suatu organisasi yang bertujuan memberikan kepuasan kepada konsumen, sesama pegawai, dan pimpinan. Pelayanan dan pemberian dukungan kepada konsumen.

Menurut (Armistead dan Clark, 1999:56-57 dalam Permadani, 2021) ialah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya dengan memberikan pelayanan dan dukungan dengan penuh komitmen, dan mengatasi masalah dalam memberikan pelayanan.

Menurut (Rusydi, 2017:39 dalam Permadani, 2021) bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan organisasi dalam menghasilkan pelayanan terbaik yang bertingkat dibandingkan dengan pesaing.

Berdasarkan dari definisi-defisini yang telah diuraikan, maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbuatan atau yang dilakukan seseorang ataupun organisasi, kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya dengan memberikan pelayanan dan mengatasi masalah yang terjadi dengan menghasilkan pelayanan terbaik dibandingkan dengan pesaing.

Kualitas Produk

Menurut (Kotler dan Amstrong, 2009: 345 dalam Hasanah, 2019) produk adalah segala sesuatu yang menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang bisa memberikan kepuasan dalam suatu kebutuhan atau keinginan yang ditawarkan kepada pasar.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2008: 67 dalam Hasanah, 2019) kualitas adalah gabungan antara karakteristik dan sifat untuk menentukan sejumlah mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan konsumen atau menilai seberapa jauh karakteristik dan sifat untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut (Kotler dan Amstrong, 2008 dalam Hasanah, 2019). Kualitas produk (produk quality) yaitu karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk membuat kepuasan kebutuhan konsumen yang dinyatakan.

Berdasarkan uraian di atas, maka disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik yang menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi, memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan kepuasan konsumen yang ditawarkan kepada pasar.

Konsumen senantiasa melakukan penelitian terhadap kinerja sebuah produk, hal ini ditunjukkan dengan kemampuan produk untuk menghasilkan kualitas produk melalui pembelian produk. Berdasarkan pembahasan di atas, dapat simpulkan bahwa kualitas suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen atas produk yang telah ditawarkan.

Kepuasan Konsumen

Menurut (Kottler dan Keller, 2008, dalam Afiari, 2020) Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh kalau perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Konsumen memiliki beberapa karakteristik baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan (Yamit, 2011 dalam Afiari, 2020).

Menurut (Bitner dan Zeithaml, 2003 dalam Afiari, 2020), menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu bentuk penilaian atau evaluasi dari konsumen tentang produk barang atau jasa apakah sesuai keinginan dari pelanggan tersebut.

Berdasarkan definisi diatas kepuasan konsumen merupakan rasa yang muncul baik senang maupun kecewa ketika konsumen mendapatkan hasil kinerja dari suatu produk yang sesuai dengan harapan maupun tidak sesuai dengan harapan. Pada dasarnya, konsumen membentuk ekspektasi mereka yang didapat dari promosi yang dilakukan perusahaan yang menawarkan produk maupun dari pengalaman sebelumnya, seperti saran dari orang lain telah membeli dan menggunakan produk tersebut. Akan tetapi jika perusahaan memiliki ekspektasi yang terlalu tinggi, maka ada kemungkinan konsumen akan kecewa, atau sebaliknya jika ekspektasi perusahaan pada produknya terlalu rendah maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan tersebut.

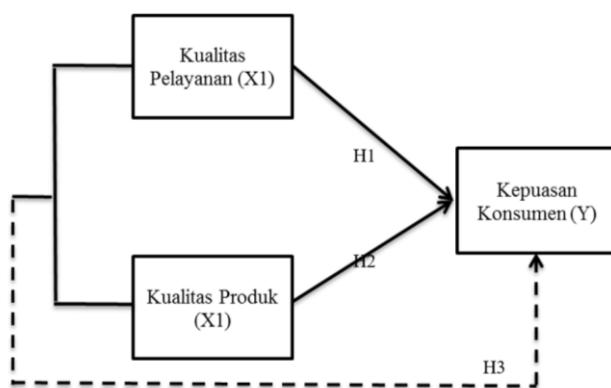
Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menggambarkan rancangan hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) dalam suatu penelitian.

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti, yang selanjutnya dirumuskan dalam bentuk paradigma penelitian dan setiap menyusun paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan (Sugiyono, 2011 dalam Nurmalia 2020). Penelitian akan mengajukan hipotesis seperti 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.

3. METODE

Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Sebuah penelitian boleh menggunakan satu pendekatan atau beberapa pendekatan sekaligus. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Secara umum penelitian kuantitatif memiliki arti yaitu suatu penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya biasanya penelitian ini dibantu dengan menggunakan program SPSS dari berbagai versi. Selain itu menurut Sugiyono (2019:16-17) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Penelitian ini menggunakan populasi dari konsumen gula Gupalas PT. Perkebunan Nusantara XI dengan jumlah populasi 193 konsumen Gupalas pada bulan Juni 2021 hingga Juni 2022.

Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2018:81) "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Siregar (2017) yaitu rumus Slovin, adapun rumus slovin adalah 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 hasil tersebut maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 66 responden.

Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Menurut Sugiyono (2018:133) Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik.

Menurut Siregar (2017) merupakan penetapan metode untuk responden yang menjadikan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria tertentu dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk gula Gupalas pada bulan Juni 2021 hingga Juni 2022.

Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu jenis data berdasarkan sifat, dimana data tersebut ialah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan.

Sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data dapat diperoleh apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan/pertanyaan peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2017:193 dalam Yohanes, 2019) yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Artinya sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil obersvasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:193 dalam Yohanes, 2019) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke Perpustakaan Pusat Kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Data sekunder diperoleh melalui membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari buku, jurnal, dokumen, maupun internet.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017:194 dalam Latifah & Silalahi, 2022) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang diambil dari hasil penelitian yang disajikan sampel. Metode yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)
2. Observasi
3. Wawancara
4. Studi Pustaka

Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2011 dalam Suwanto, 2019) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Terkait dengan adanya definisi operasional variabel, maka penelitian ini menggunakan variabel-variabel sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel bebas yang diteliti kualitas pelayanan dan kualitas produk.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) Analisis data merupakan kegiatan setelah terkumpulnya sumber data dari seluruh responden atau sumber data yang lain. Kegiatan dalam analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan uji hipotesis yang telah diajukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan alat uji SPSS dengan analisis regresi berganda.

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018) Uji validitas merupakan uji untuk mengukur sah atau tidaknya sutasu kuesioner. Kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. Syarat untuk kuesioner dikatakan *valid* atau tidaknya Menurut Sugiyono (2016) adalah apabila korelasi tiap butir instrumen positif dan besarnya diatas 0,3 maka dinyatakan konstruk yang kuat atau valid dan apabila dibawah 0,3 maka butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017) Uji reliabilitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan menggunakan alat yang sama. Adapun teknik pengukuran reliabilitas Menurut Siregar (2017) adalah menggunakan *Alpha Cronbach*, dimana teknik ini digunakan apabila jawaban yang diberikan responden berupa skala 1-5. Instrumen penelitian atau kuesioner dikatakan *reliable* apabila *Alpha Cronbach* $> 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menguji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda Dalam melakukan analisis regresi berganda diperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik serta data dirstibusi yang tidak normal. Adapun pengujian asumsi klasik yang dapat digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018) Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang telah diketahui Uji T dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal, sehingga uji normalitas dapat diuji menggunakan *klokomorov-smirnov*. Dimana *klokomorov-smirnov* data akan dikatakan normal apabila nilai signifikansi > 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan korelasi variabel bebas (independen) dari model regresi. Seharusnya model regresi yang baik tidak akan terjadi 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. Hal ini menyatakan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independent,

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi 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 *gleijser*, dimana dinyatakan lulus uji heteroskedastisitas apabila nilai signifikasinya diatas 0.05.

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda menurut Ghazali (2018) merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana dimana merupakan alat yang sama-sama digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau dapat diartikan regresi berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Uji Hipotesis

Model regresi yang telah memenuhi syarat asumsi klasik, selanjutnya akan digunakan untuk menganalisis melalui pengujian hipotesis antara lain:

1. Koefisien Determinasi
2. Uji T (Parsial)
3. Uji F (Simultan)

4. PEMBAHASAN DAN HASIL

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

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai bahwa koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,211 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini, sedangkan hasil nilai T_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar $1,401 <$ lebih kecil dari nilai $T_{tabel} 1,998$ dan nilai $sig 0,166 >$ lebih besar dari nilai $sig 0,05$ sehingga variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas.

Dalam pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa 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 judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan

Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek *Online* Go-Jek Di Kota Kediri.” Penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (1) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek *online* Go-Jek di Kota Kediri (2) Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek *online* Go-Jek di Kota (3) Kualitas pelayanan dan Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek *online* Go-Jek di Kota Kediri.

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

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

Dalam pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan 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.

Penelitian ini relevan 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 menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, kualitas pelayanan, secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan gulai tikungan blok m diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan.

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

Berdasarkan hasil uji F (Simultan) dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 55,830 yakni $>$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} 3,14$ dan nilai $sig 0,000 <$ lebih kecil 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. Jika ada peningkatan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan 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 dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji *adjusted R2* adalah 0,628 atau 62,8%. Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan 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 dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,478 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian

ini. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen, kualitas produk penting untuk menjadi daya tarik produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian yang dilakukan pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai koefisien kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,211 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini, sedangkan hasil nilai Thitung pada variabel kualitas pelayanan sebesar $1,401 <$ lebih kecil dari nilai Ttabel 1,998 dan nilai sig 0,166 $>$ lebih besar dari nilai sig 0,05 sehingga variabel kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen gula gupalas. Kualitas pelayanan berpengaruh positif, secara parsial kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen produk gula gupalas pada PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Thitung pada variabel kualitas pelayanan sebesar $1,401 <$ lebih kecil dari nilai Ttabel 1,998 dan nilai sig 0,166 $>$ lebih besar dari nilai sig 0,05. Sedangkan koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen sehingga apabila setiap kenaikan 1 satuan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,478 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan 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. Berdasarkan hasil uji F (Simultan) dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 55,830 yakni $>$ lebih besar dari nilai Ftabel 3,14 dan nilai sig 0,000 $<$ lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 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. Jika ada peningkatan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji *adjusted R²* adalah 0,628 atau 62,8%. Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan 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. Berdasarkan nilai koefisien regresi pada variabel independen yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Afiari, R. U. (2020). *Pengaruh Total Quality Management (Tqm) Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keunggulan Bersaing Di Lagani Coffee Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Deptan, D. P. 2007. Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Tebu. Jakarta: Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Perkebunan. 2017. Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Tebu 2015–2017. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.

- Gustiani, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Dinas Sosial Dan Penanggulangan Kemiskinan Kota Bandung* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 4(2).
- Hasanah, N., & Maulydia, H. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resto Masakan Khas Arab Math'am Abu Nawas Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Inovatif*, 3(1).
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh sumber daya manusia, permodalan dan pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah sari apel di Kecamatan Tutur. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 51-69.
- Nowo, B. P. A. (2018). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada pt. Rina mitra raharja Cabang cirendeу.
- Permadani, F. A. (2021). Analisis Penerapan Sistem Informasi Manajemen Penjualan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pt Maan Ghodaqo Shiddiq Lestari.
- Rachman, D., & Kartika, W. (2020). Pengaruh Perputaran Persediaan Dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Pt Bozzetto Indonesia Periode Tahun 2001-2017. *Akurat/ Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 11(2), 91-105.
- Samosir, M. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Geprek Bensu Cimone. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 653-667.
- Sari, F. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Via Online Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Produk Sarang Madu Menurut Perspektif Islam. *Tamwil*, 7(2), 43-48.
- Ulfa, R., Wulandari, D., & Subagio, N. A. (2019). Pengaruh Hijabers Community Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian Hijab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1).
- Yuniarta, F., Barokah, I., & Wulandari, G. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 152-158.