

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. HASJRAT ABADI DI MANADO***EFFECT OF SERVICE QUALITY AND YAMAHA MOTORCYCLE PRODUCTS ON CUSTOMER SATISFACTION OF PT. HASJRAT ABADI IN MANADO*

Oleh:

**Ralph Edfrans Tuju<sup>1</sup>  
Sjendry Loindong<sup>2</sup>**<sup>12</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

<sup>1</sup>[ralphtuju@gmail.com](mailto:ralphtuju@gmail.com)<sup>2</sup>[loindong18s@gmail.com](mailto:loindong18s@gmail.com)

**Abstrak:** Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi setiap perusahaan jasa dan barang. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang dikarenakan kualitas pelayanan dan mengkonsumsi suatu produk tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan produk sepeda motor Yamaha terhadap kepuasan konsumen PT. Hasjrat Abadi Manado. Populasi penelitian ini 1910 konsumen dan sampel yang digunakan 100 reponden konsumen dengan menggunakan teknik accidental sampling. Metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara persial produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan produk sehingga dapat ditingkatkan lagi agar hasil berpengaruh pada kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** *kualitas pelayanan, produk, kepuasan konsumen*

**Abstract:** *Consumer satisfaction is essential for every service and goods company. Satisfaction can be interpreted as a feeling of satisfaction, pleasure, and a person's relief due to the quality of service and consume a product. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and product Yamaha motorcycle towards customer satisfaction of PT. Hasjrat Abadi Manado. The population of this study 1910 consumers and samples used 100 consumer respondents by using accidental sampling technique. Quantitative research methods with data analysis techniques using validity test, reliability, classical assumption, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that simultaneously the quality of services and products have a positive and significant impact on customer satisfaction, while the product does not affect partially on customer satisfaction. The management of the company should pay more attention to the product so that it can be improved again so that the results affect on consumer satisfaction.*

**Keywords:** *service quality, product, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Menghadapi perkembangan ekonomi dan persaingan usaha, setiap perusahaan senantiasa berusaha dapat meningkatkan kualitas barang dan jasa untuk meraih konsumen baru. Kebutuhan konsumen akan barang dan jasa yang berkualitas membuat perusahaan terus berupaya meningkatkan standar produk yang dihasilkan baik dari segi kualitasnya maupun ragam produknya. Upaya perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan terarah, seperti dengan memberikan kualitas pelayanan, nilai produk dan memilih saluran distribusi yang tepat untuk melayani konsumen lebih cepat.

Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi setiap perusahaan jasa dan barang. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa merupakan hal penting memenuhi kepuasan konsumen.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen dalam memberikan penawaran pelayanan yang baik, maka pada saat ini PT. Hasjrat Abadi dituntut untuk dapat mengedepankan kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan cara memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen, misalnya jika konsumen yang datang sebaiknya segera di layani karena itu merupakan strategi perusahaan, dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik tersebut diharapkan tercapai kepuasan konsumen yang tentunya akan berdampak terhadap perkembangan PT. Hasjrat Abadi di masa mendatang.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kotler dan Keller (2012:46) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayan dan produk apakah sesuai antara harapan dengan kenyataannya.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan, kepercayaan, perhatian, dan keyakinan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Selain kualitas pelayanan, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga terlihat beda dengan produk pesaing. Selain itu perusahaan juga harus cerdas dalam menyampaikan informasi seputar produknya kepada konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan adalah memberikan pelayanan yang berkualitas, yang meliputi kualitas produk yang ditawarkannya. Kemampuan produk dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen, sehingga memungkinkan produk tersebut akan 3 menjadi pilihan pertama konsumen pada pembelian diwaktu yang akan datang. Bahwa sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk dengan mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik. Oleh karena itu perusahaan harus terus mengevaluasi produknya agar perbaikan produk dapat dilakukan secara terus-menerus. Perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan dan memiliki konsumen yang loyal cenderung mampu bertahan dalam kondisi perekonomian saat ini.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan pengaruh:

1. Kualitas Pelayanan, dan Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepeda motor Yamaha PT. Hasjrat Abadi di Manado.
2. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sepeda motor Yamaha PT. Hasjrat Abadi di Manado.
3. Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepeda motor Yamaha PT. Hasjrat Abadi di Manado.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk mewujudkan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan

dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan. Dari pengertian manajemen pemasaran diatas, maka dikemukakan lagi satu definisi singkat dari Lovelock dan Wright (2005:102) Kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejangkelan, kegembiraan atau kesenangan. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan mencegah perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, dan meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell 1992 dalam Sunyoto, 2014 : 193).

### **Dimensi kepuasan konsumen**

Menurut Gregorius Chandra 2002, dimensi layanan terdiri dari:

a. Kinerja (performance)

Karakteristik operasi dasar dari suatu produk, misalnya kecepatan pengiriman barang, serta jaminan keselamatan barang.

b. Fitur (features)

Karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk, contohnya minuman gratis pada saat penerbangan.

c. Reliabilitas

yaitu probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan, semakin handal produk bersangkutan.

d. Konformasi (conformance)

yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api.

e. Daya Tahan (Durability)

yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk.

f. Serviceability

Kemampuan pengurus yang berhubungan langsung dengan anggota menjadi salah satu penilaian anggota terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

g. Estetika (aesthetics)

menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indra (rasa, bau, suara dst).

h. Persepsi terhadap kualitas (perceived quality)

yaitu kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.misal BMW, SONY dll.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Menurut Tjiptono (2005:112) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

### **Produk**

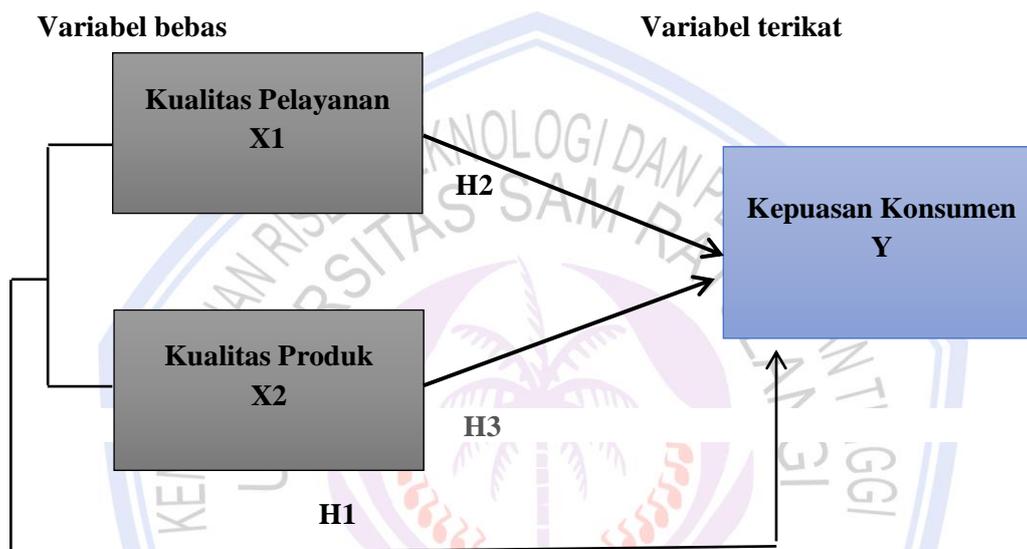
Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Wijaya (2011: 11) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

### Penelitian Terdahulu

Rondonuwu (2013) melakukan penelitian tentang kualitas produk, harga, dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil Nissan March pada PT Wahana Wirawan Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil Nissan March pada PT Wahana Wirawan Manado.

Masloman (2014) dengan judul Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Kentuck Fried Chicken* di Multimart Ranotana Manado. Hasil penelitian menyatakan Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* secara positif dan simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen *Kentucky Fried Chicken* di Multimart Ranotana Manado.

### Kerangka Berpikir



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Sumber: Kajian Teori 2017

Berdasarkan gambar 1. konseptual berpikir diatas, bahwa kualitas pelayanan dan produk berpengaruh secara simultan dan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif, dalam penelitian ini data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang peneliti gunakan dan kemudian akan diinterpretasikan.

**Tabel 1. Variabel, Indikator dan Pengukuran**

Variabel	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan	1. Bukti fisik 2. Empati 3. Daya tanggap 4. Reabilitas 5. Empati	- Menggunakan <i>skoring</i> dengan skala <i>likert</i>
Produk	1. Produk bebas dari cacat Keterjangkauan	- Menggunakan <i>skoring</i>

	harga	dengan skala <i>likert</i>
	2. Tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama Kesesuaian antara harga dan kualitas	
	3. Daya mesin yang tangguh	
	4. Penampilan produk	
Keputusan Menginap	1. Puas dengan produk	- Menggunakan <i>skoring</i> dengan skala <i>likert</i>
	2. Puas dengan pelayanan	
	3. Positif terhadap produk	
	4. Puas dengan perusahaan secara keseluruhan	

Sumber: PT. Hasjrat Abadi Manado, 2018

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Hasjrat Abadi Manado jalan Woltermongonsidi Malalayang satu timur. Waktu penelitian berlangsung pada bulan Februari 2018 - Maret 2018.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Hasjrat Abadi Manado yang berjumlah 100 orang. Pengambilan sampel menurut Sugiyono (2007:115) Teknik pengambilan sampel melalui teknik accidental sampling yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila pandang orang cocok dengan sumber data atau dalam hal ini orang pengguna sepeda motor Yamaha. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan rumus Slovin.

### Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari konsumen atau responden yang berupa hasil wawancara dan jawaban responden atas item pertanyaan yang diajukan melalui daftar pertanyaan (kuesioner) dan data sekunder, yaitu data yang bersumber dari berbagai bahan referensi maupun laporan dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS versi 22. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Tabel 2. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan konsumen

Variabel	Pernyataan	Sig.	Status	Cronbach Alpha	Status
Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1,1</sub>	0,000	Valid	0,680	Reliabel
	X <sub>1,2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>1,3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>1,4</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>1,5</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Produk (X <sub>2</sub> )	X <sub>2,1</sub>	0,000	Valid	0,697	Reliabel
	X <sub>2,2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>2,3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>2,4</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>2,5</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	Y <sub>1,1</sub>	0,000	Valid	0,782	Reliabel

Y <sub>1,2</sub>	0,000	Valid	Reliabel
Y <sub>1,3</sub>	0,000	Valid	Reliabel
Y <sub>1,4</sub>	0,000	Valid	Reliabel
Y <sub>1,5</sub>	0,000	Valid	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data, 2018

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah  $< \alpha$  yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai alpha cronbach untuk setiap pernyataan  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

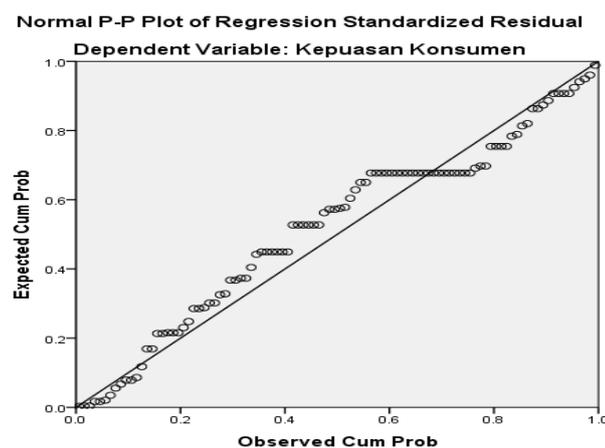
	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
1	Kualitas pelayanan	.928	1.078
	Produk	.928	1.078

Sumber: Olah data SPSS 22, 2018

Tabel 3 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF  $< 10$  Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut.

#### Hasil Uji Normalitas

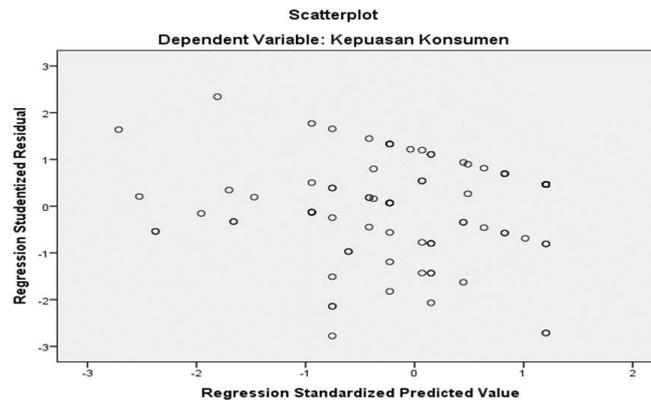
Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Mode regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal.



Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas

Sumber : Data Pengolahan SPSS 2018

Hasil pengolahan data, menunjukkan bahwa data penelitian ini terdistribusi dengan normal. Hal ini dapat dilihat pada titik-titik tetap berada disekitar garis diagonal.

**Hasil Uji Heteroskedastisitas****Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

*Sumber : Data Pengolahan SPSS 2018*

Dari grafik tersebut terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	7.074	2.760
1 Kualitas pelayanan	.506	.103
Produk	.182	.093

*Sumber: Olah data SPSS 22, 2018*

Persamaan Regresi  $Y = 7.074 + 0.506 X_1 + 0.182 X_2$  menggambarkan bahwa variabel bebas (*independent*) kualitas pelayanan ( $X_1$ ), dan produk ( $X_2$ ) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah sebesar nilai koefisien ( $b$ ) dari nilai variabel independen tersebut. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 7.074 memberikan pengertian bahwa jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ), dan produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 7.074 satuan.

Jika nilai  $b_1$  yang merupakan koefisien regresi dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0.506 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen ( $Y$ ) mempunyai arti bahwa jika variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) bertambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) cenderung meningkat sebesar 0.506 satuan. dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai  $b_2$  yang merupakan koefisien regresi dari produk ( $X_2$ ) sebesar 0,182 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen ( $Y$ ) mempunyai arti bahwa jika variabel produk ( $X_2$ ) bertambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) cenderung meningkat sebesar 0.182 satuan. dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

**Tabel 5. Uji Hipotesisi F dan t**

<i>Model</i>	<i>Uji t</i>		<i>Uji F</i>	
	<i>T</i>	<i>Sig</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
<i>Constant</i>				
Kualitas pelayanan	9.928	.000	17.963	.000 <sup>b</sup>
Produk	1.960	.053		

Sumber : Olah data SPSS 22. 2018

Tabel 5. dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  4,928 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, karena  $t_{hitung} = 4,928 > t_{tabel} = 1.980$  pada sig  $\alpha$  sebesar 5% maka secara parsial variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Dengan demikian hipotesis bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima, sedangkan variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  1.960 dengan signifikan sebesar 0,05, karena  $t_{hitung} = 1.960 < t_{tabel} = 1.980$  atau sig  $\alpha$  sebesar 5% maka secara parsial variabel kualitas produk ( $X_2$ ) tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Dengan demikian hipotesis kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima.

**Tabel 6. Model Summary**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.520 <sup>a</sup>	.270	.255	1.59411

Sumber: Olah data SPSS 22, 2018

Tabel 6. dapat dilihat bahwa R square ( $R^2$ ) sebesar 0.270 atau 27.0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama menjelaskan variasi dan variabel kepuasan konsumen (Y) PT. Hasjrat Abadi Manado sebesar 27% dan sisanya, 73% di dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Kualitas Pelayanan dan Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hasil pengujian menunjukkan adanya jumlah atau persentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hasjrat Abadi di Manado, sebesar nilai koefisien determinasi yang disesuaikan ( $R^2$ ) = 0,270 artinya adalah 27 % kepuasan konsumen pada PT. Hasjrat Abadi di Manado dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan produk sementara 73 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti..

### **Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen PT. Hasjrat Abadi di Manado, dan pengaruh dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan dan arahnya positif. Artinya bahwa konsumen akan membeli ketika mereka melihat dari merek yang sudah di kenal dipasaran. Merek yang sudah di kenal ternyata berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dilihat bahwa konsumen sekarang sudah lebih pandai untuk memilih merek-merek yang sudah dikenal. Merek yang memang sudah dikenal di pasaran akan lebih mudah untuk menarik minat konsumen membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Saidani dan Arifin (2012), dan dimana dalam penelitian-penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini juga sesuai dengan variabel kualitas layanan, dimana fokus pada bukti fisik/Tangibles,

kehandalan/Reliability, ketanggapan/Responsiveness, jaminan/Assurance memberikan perhatian Bagi konsumen/ Empathy.kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen PT. Hasjrat Abadi di Manado, dan pengaruh dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan dan arahnya positif. Penelitian ini menjelaskan bahwa pada umumnya konsumen akan melihat kualitas dari suatu produk. PT Hasjrat Abadi di Manado mengeluarkan sepeda motor dengan kualitas produk yang sangat bagus sehingga konsumen tidak perlu ragu dengan mobil Daihatsu Ayla yang dikenal dengan mobil murah tetapi Kualitas produk yang bagus. Saat ini konsumen sudah lebih teliti dalam membeli suatu produk. Hal ini dbuktikan bahwa kualitas yang bagus akan lebih mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya, Saidani dan Arifin (2012), dimana dalam penelitian-penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian sekarang ini bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang ini dimana variable kualitas produk ditolak, mengindikasikan bahwa konsumen tidak puas dengan kualitas produk Yamaha, karena kualitas produk dari merek lain lebih memberikan kepuasan bagi konsumen. Pesaing Yamaha, seperti Honda menurut konsumen lebih baik. Salah satu kelebihan motor Honda adalah ketika dilintasi balap Moto Gp, motor Honda lebih banyak menjuarai balapan.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha pada PT. Hasjrat Abadi Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel kualitas layanan dan produk secara bersama-sama signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha pada PT. Hasjrat Abadi Manado di terima.
2. Kualitas layanan, berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha pada PT. Hasjrat Abadi Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas layanan, secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di terima.
3. Produk, berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha pada PT. Hasjrat Abadi Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas produk, secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di terima.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Pihak manajemen PT. Hasjrat Abadi Manado sebaiknya tidak cepat puas dengan pencapaian yang diperoleh, melainkan terus berinovasi agar supaya mampu meningkatkan kualitas produk Sepeda Motor Yamaha sehingga perusahaan dapat tetap bertahan mengingat persaingan dalam bidang otomotif semakin ketat, juga dikarenakan semakin meningkatnya selera konsumen sebagai dampak dari perkembangan zaman yang semakin modern.
2. Mengingat kualitas layanan mempunyai pengaruh yang penting terhadap kepuasan pelanggan, maka kiranya pihak manajemen PT. Hasjrat Abadi Manado lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanannya, dan juga bagi costumer service agar lebih cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, agar konsumen merasa nyaman dan tetap menggunakan Sepeda Motor Yamaha.
3. Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas layanan dan produk masih dapat ditingkatkan nilainya, hal ini mengisyaratkan agar manajemen dari PT. Hasjrat Abadi Manado untuk meningkatkan kualitas dari showroom atau counter pelayanan dipilih yang strategis serta tampilan produk untuk ditingkatkan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.
- Lovelock, C.H. dan Wright, L.K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama. PT. Indeks, Jakarta.
- Masloman, M. 2014. Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.4 Hal 589-601 (2014). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/search/authors/view?firstName=Mirna&midNa>. Diakses tanggal 21 November 2017.
- Rondonuwu, P.D. 2013. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4. (2013) FEB Universitas Sam Ratulangi. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2755>. Diakses tanggal 21 November 2017. Hal. 718-728.
- Saidani, dan Arifin, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Martket. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 3, No 1. Hal 01-02.<http://jrmsi.com/volume/volume-3-no-1>. Diakses tanggal 21 November 2017.
- Sugiyono, 2007 *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit alfabeta, Bandung
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga. CAPS, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Bayu Media Publising, Malang.
- Wijaya,T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi1. Indeks, Jakarta.