

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DISTRIBUSI DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN KEMASAN PLASTIK PT. JAYATAMA SELARAS

**Ignatius Herobe Widyananto dan Adi Nurmahdi**

*Universitas Mercu Buana dan UniSadhuGuna Business School*

*ignatius.herobe@gmail.com, adi.nurmahdi@yahoo.com*

**Abstract:** This study aims to find out relationship between Product Quality, Distribution and After Sales Services toward Customer Satisfaction at the PT. Jayatama Selaras. Independent variables were in this study included Product Quality, Distribution and After Sales Services while Customer Satisfaction became dependent variable. In this study, data collection was conducted using a survey method with purposive sampling by questionnaires with 76 business to business respondents. The results obtained through data processing using SPSS version 20 revealed that Product Quality and After Sales Services affected Customer Satisfaction. Beside, there was also a simultaneous effect on the observed of variables Product Quality, Distribution and After Sales Services on Customer Satisfaction. The conclusion of this study indicated that to improve Customer Satisfaction, PT. Jayatama Selaras must maintain and improve product quality and After Sales Services.

**Keywords:** Quality Product, Distribution, After Sales Services, Customer Satisfaction

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras. Variabel independent yang dalam penelitian meliputi kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual. Sementara kepuasan pelanggan menjadi variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei dengan *Purposive Sampling* dengan metode kuesioner dengan 76 responden *business to business*. Dari hasil yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan SPSS versi 20 menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan purna jual memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Di samping itu didapat pula pengaruh secara simultan yang diamati dari variabel kualitas produk, distribusi dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini, menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, PT. Jayatama Selaras harus menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan purna jual.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Distribusi, Pelayanan Purna Jual, Kepuasan Pelanggan

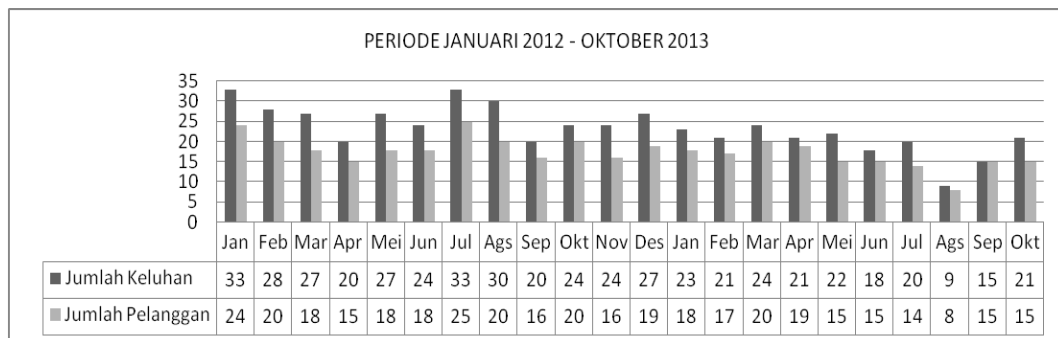
### PENDAHULUAN

Indonesia Packaging Federation (IPF) memproyeksikan penjualan industri kemasan hingga akhir tahun meningkat 10% dari realisasi tahun 2012 yang lalu sebesar Rp.46 triliun berkat pertumbuhan industri makanan dan minuman. Pertumbuhan industri kemasan sejalan dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman. Sekitar 70% produksi industri kemasan diserap industri makanan minuman. Selain dari sektor makanan

minuman, pertumbuhan penjualan kemasan juga ditopang oleh industri produk konsumsi, farmasi, otomotif dan kosmetik.

Berdasarkan segmen produk, kemasan berbahan plastik berkontribusi terbesar terhadap omzet dengan presentase sebanyak 53%, diikuti kemasan berbahan kertas 34%, kaleng 6% dan kaca 3%. Potensi konsumsi produk plastik di Indonesia masih cukup besar karena konsumsi nasional per kapita per tahun baru 10 kilogram, relatif lebih rendah dibandingkan negara Asean lainnya, seperti Singapura yang sebesar 80 kg, Malaysia 64 kg, Thailand 42 kg, Eropa dan Amerika Serikat (AS) lebih dari 100 kg. Di Indonesia industri kemasan plastik berjumlah 892 buah dan menghasilkan *rigid packaging*, *flexible packaging*, *thermoforming* dan *extrusion* yang tersebar di beberapa wilayah.

PT Jayatama Selaras merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri kemasan. Dalam perjalanan usahanya masih ditemukan cukup banyak keluhan pelanggan. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan grafik keluhan pelanggan PT. Jayatama Selaras pada periode dua puluh dua bulan.



**Gambar 1.** Grafik Keluhan Pelanggan

**Sumber:** Data Keluhan Pelanggan PT. Jayatama Selaras 2013

Keluhan pelanggan Jayatama Selaras terutama mengenai kualitas produk, distribusi atau pengiriman barang, serta pelayanan purna jual. Keluhan mengenai kualitas produk antara lain sehubungan dengan botol yang penyok, bolong, lengket, retak, bentuk botol tidak sesuai spesifikasi, terdapat bintik hitam, terdapat serpihan plastik dalam botol, terdapat kotoran debu dan rambut dalam tube, hasil cap yang tebal tipis, cap yang pecah, hasil printing luntur, terlalu tebal, dan *over cutting*.

Keluhan mengenai distribusi antara lain dalam hal jadwal pengiriman barang sering terlambat, salah kirim barang, box basah, jumlah barang yang diantar tidak sesuai dengan DO (*Delivery Order*), terdapat box datang dalam keadaan sudah terbuka, bagian body lengket terkena lakban, dan sebagainya. Beberapa Pelanggan juga mengeluhkan proses klaim yang lama dari PT. Jayatama Selaras.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan yaitu bahwa dalam kegiatan operasional perusahaan masih terdapat beberapa kendala karena adanya keluhan pelanggan terkait kualitas produk yang kurang bagus dan distribusi barang ke pelanggan yang sering terlambat serta adanya keluhan dari pelanggan terkait pelayanan purna jual yang kurang bagus karena penanganan proses klaim keluhan tidak segera.

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan penelitian ini adalah: (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras? (2) Apakah distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras? (3)

Apakah pelayanan purna jual berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras ?

Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras. (2) mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras. dan (3) mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama selaras.

## KAJIAN TEORI

**Kepuasan Pelanggan.** Menurut Oliver dalam Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan secara umum adalah sebuah perasaan dari kenyamanan atau kekecewaan yang timbul dari akibat pembandingan produk yang diterima.

Fornell dalam Tjiptono (2008: 169) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian. Sejumlah studi menunjukkan bahwa ada tiga aspek penting yang perlu ditelaah sebagai indikator dalam kerangka pengukuran kepuasan pelanggan yang dikemukakan Fornell dalam Tjiptono dan Chandra (2005: 365), yakni: (1) Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*); (2) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*), yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi.; (3) Perbandingan situasi ideal (*comparison to ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen

**Kualitas Produk.** Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil / kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2009). Di sisi lain, suatu produk dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan menurut Lovelock dalam Laksana (2008: 89) dan menemukan 8 dimensi kualitas produk yang terdiri dari: (1) Kinerja/performansi (*Performance*) merupakan aspek fungsional dari produk dan memiliki karakteristik utama sebagai pertimbangan utama dalam proses pembelian.; (2) Keistimewaan (*Feature*) merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar dari produk.; (3) Keandalan (*Reliability*) merupakan profitabilitas produk melaksanakan fungsinya dengan baik secara berhasil dan sesuai dengan harapan.; (4) Kesesuaian (*Conformance*) merupakan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi standart yang di tentukan atau sering di definisikan *Conformance to Requirements.*; (5) Daya tahan (*Durability*) merupakan ukuran masa pakai suatu produk.; (6) Kemampuan pelayanan (*Service Ability*) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan/kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.; (7) Estetika (*Aesthetics*) merupakan pertimbangan yang bersifat subjektif yang meliputi perasaan individu.; (8) Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*) bersifat subjektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam menggunakan produk.

**Distribusi.** Distribusi adalah *a set of interdependent organizations that help make a product or service available for use or consumption by the consumer or business user* (Kotler dan Armstrong, 2010). Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik.

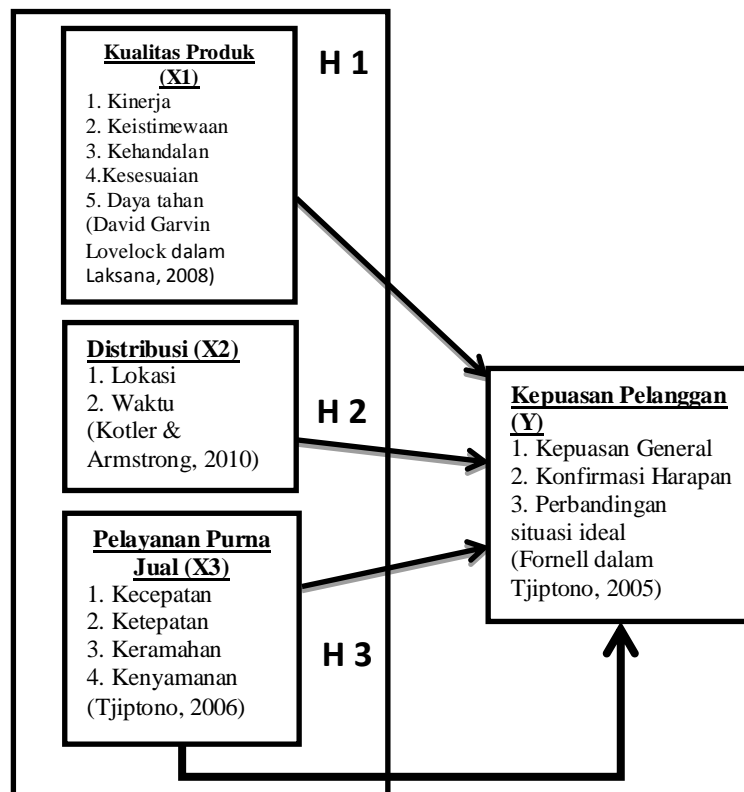
**Pelayanan Purna Jual.** Kotler dan Keller (2013: 398) mengemukakan bahwa perusahaan harus menentukan bagaimana mereka ingin menawarkan jasa setelah penjualan, misalnya jasa pemeliharaan dan perbaikan serta jasa pelatihan pada pelanggan.

Sehubungan dengan hubungan *contact personnel* yang sangat penting dalam menentukan kualitas, setiap perusahaan memerlukan *service excellent*. Yang dimaksud dengan *service excellent* atau pelayanan yang unggul atau layanan purna jual, menurut Tjiptono (2006) yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan, secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep ini yaitu: (1) Kecepatan, (2) Ketepatan, (3) Keramahan, (4) Kenyamanan.

Beberapa penelitian terdahulu sehubungan dengan topic penelitian ini telah dilakukan peneliti sebelumnya. Rosiana (2010) mengatakan bahwa secara parsial masing-masing variabel kualitas produk, harga dan layanan purna jual memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel kualitas produk, harga dan layanan purna jual memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Asghar, et al (2011) mengatakan bahwa variabel *customer service* dan *product quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam industri otomotif, dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *customer loyalty* dalam industri otomotif.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Peneliti (2014)

### METODE

**Jenis Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Sampling.** Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini bahwa peneliti akan mencoba mencari dan menganalisa kuat pengaruh variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas produk, distribusi, pelayanan purna jual, dan

variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data penelitian berasal dari perusahaan dan responden. Data dari perusahaan merupakan data sekunder, sedangkan data dari responden merupakan data primer. Data primer diperoleh melalui instrument penelitian (kuesioner). Kuesioner dirancang secara tertutup sehingga responden hanya memberikan jawaban yang telah ditentukan oleh peneliti. Instrumen penelitian terbentuk dari turunan dimensi penelitian yang digunakan dengan menggunakan skala pengukuran jenis Likert.

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan PT. Jayatama Selaras sampai dengan November 2013. Pelanggan adalah perusahaan, dengan jumlah 316 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang diambil dengan persyaratan tertentu dan untuk tujuan yang telah ditentukan. Semuanya harus mengarah pada tujuan yang sudah spesifik (Diposumarto, 2012: 79). Untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 10 persen.

$$n = \frac{316}{1 + (0,1)^2 316}$$

n = 75,961 dibulatkan menjadi 76

Sampel yang diperlukan berjumlah 76 perusahaan. Pendistribusian sampel adalah: 30 perusahaan di bidang kosmetik, 30 perusahaan bergerak di bidang farmasi, 5 perusahaan bergerak di bidang *food & beverage*, 6 perusahaan bergerak di bidang *household*, dan 5 perusahaan bergerak di bidang *personal care*.

**Teknik Analisis Data.** Data primer yang diperoleh dari kuesioner ditabulasi kemudian diolah menggunakan software SPSS. Pengolahan data menggunakan pendekatan regresi linier berganda. Beberapa pengujian yang dilakukan adalah 1) Uji Instrumen Penelitian melalui Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, 2) Uji Asumsi Klasik, meliputi Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas, 3) Uji Hipotesis, untuk membuktikan bahwa model yang dibentuk sesuai (R-square dan Uji F) dan ditemukan pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikatnya (Uji t).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai sampel dalam penelitian ini, ada lima jenis bidang usaha yang menjadi pelanggan PT Jaya Selaras. Table 1 menunjukkan bahwa pelanggan terbanyak bergerak di bidang kosmetik dan farmasi.

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Bidang Usaha

Bidang Usaha	Jumlah	%
Kosmetik	30	39.47
Farmasi	30	39.47
Food & Beverage	5	6.58
Household	6	7.89
Personal Care	5	6.58

Hasil penelitian diawali dengan menunjukkan karakteristik responden (Tabel 2). Berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa responden terbanyak adalah wanita, dengan usia terbanyak berada pada range 29-39 tahun. Responden terutama berpendidikan sarjana. Responden terutama bekerja di Departemen Purchasing, dan sebagian besar telah bekerja antara 1-5 tahun.

**Tabel 2.** Distribusi Berdasarkan Karakteristik Responden

NO	Karakteristik Responden	Jumlah	(%)
1	Jenis Kelamin		
	Pria	31	40.79
	Wanita	45	59.21
2	Usia		
	18 - 28 th	13	17.11
	29 - 39 th	42	55.26
	40 - 50 th	20	26.32
	50 th keatas	1	1.32
3	Pendidikan Terakhir		
	Lulus SMA	6	7.89
	Diploma	18	23.68
	Sarjana	52	68.42
	Lain-Lain	0	0.00
4	Bekerja di Departemen		
	Purchasing	66	86.84
	Quality	0	0.00
	Produksi	1	1.32
	Lain-Lain	9	11.84
5	Jabatan		
	Manager	21	27.63
	Asisten Manager	9	11.84
	Staf	44	57.89
	Lain-Lain	2	2.63
6	Lama Bekerja		
	< 1 th	6	7.89
	1 -5 th	47	61.84
	6 - 10 th	23	30.26
	> 10 th	0	0.00

Kuesioner yang dibagikan kepada responden diuji validitas dan reliabilitasnya. Tabel 3 dan Tabel 4 menyajikan hasil pengujian instrument penelitian yang digunakan. Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner untuk seluruh variabel penelitian valid karena  $r$  hitung seluruh pertanyaan memiliki nilai lebih dari  $r$  table yaitu 0.3.

**Tabel 3.** Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Nilai	Keputusan
	Kinerja	0.553	Valid
Kualitas Produk (X1)	Keistimewaan	0.599	Valid
	Kehandalan	0.519	Valid
	Kesesuaian	0.459	Valid
	Daya tahan	0.539	Valid
Distribusi (X2)	Lokasi	0.780	Valid
	Waktu	0.612	Valid
Pelayanan Purna Jual (X3)	Kecepatan	0.635	Valid
	Ketepatan	0.589	Valid
	Keramahan	0.334	Valid
	Kenyamanan	0.657	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan general	0.633	Valid
	Konfirmasi harapan	0.668	Valid
	Perbandingan situasi ideal	0.442	Valid

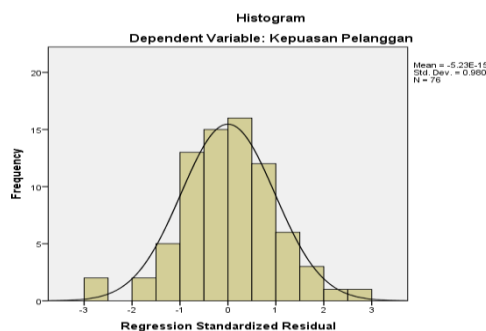
Hasil uji reliabilitas sebagaimana disajikan dalam Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel di atas 0,60. Dapat disimpulkan bahwa alat ukur untuk masing-masing variabel dapat diandalkan atau dipercaya.

**Tabel 4.** Uji Reliabilitas Data

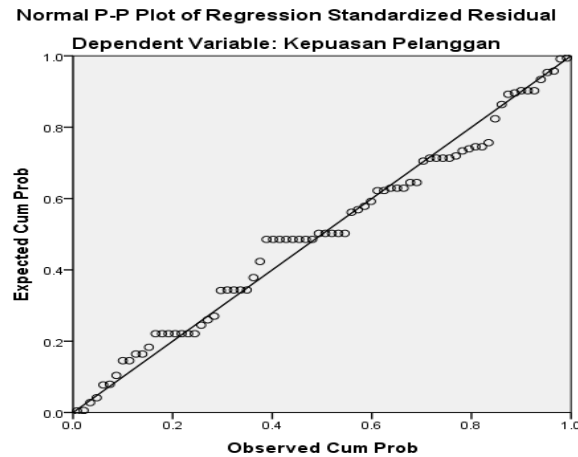
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	0.850	Reliabel
Distribusi (X2)	0.841	Reliabel
Pelayanan Purna Jual (X3)	0.876	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.867	Reliabel

Setelah diketahui bahwa instrument penelitian valid dan reliabel, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model penelitian yang dibentuk dapat dianalisis dengan pendekatan regresi linier berganda,

### Uji Normalitas Data

**Gambar 2.** Grafik Histogram Data Normalitas

Gambar 2 menunjukkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.



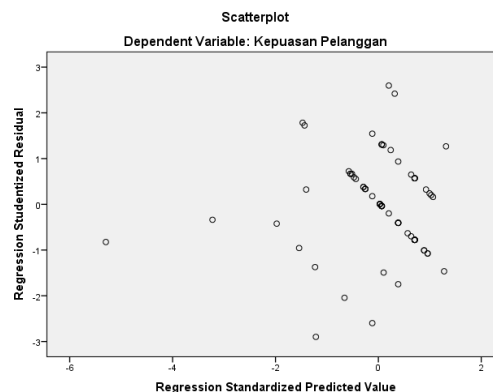
**Gambar 3.** Normal Probability Plots

Kurva Normal Probability Plots pada Gambar 3 di atas juga menunjukkan bahwa residual berada di sekitar garis lurus diagonal. Kembali dapat disimpulkan bahwa variabel residual memiliki distribusi normal.

**Tabel 5.** Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	.411	2.432
Distribusi	.317	3.152
Pelayanan Purna Jual	.500	1.998

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk semua variabel independen di bawah 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0.10. Dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas.



**Gambar 4.** Scatterplot Residual



Gambar 4 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas. Dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Memperhatikan Gambar 4 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

Seluruh uji asumsi klasik telah dipenuhi. Selanjutnya pengujian hipotesis dimulai dengan pengujian model. Hasil pengolahan data melalui pendekatan regresi linier berganda menghasilkan nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).56,7%. Berarti secara bersama-sama variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), variabel Distribusi ( $X_2$ ), dan variabel Pelayanan Purna Jual ( $X_3$ ) mampu menjelaskan 56,7% variabilitas variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )

Model yang dibentuk sesuai. Kesimpulan ini diambil karena hasil uji anova menunjukkan nilai F hitung sebesar 32.670 dengan probabilitas 0.000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual merupakan variable yang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Analisis Regresi Linier Berganda.** Hasil uji analisis regresi linier berganda disajikan dalam Tabel 6 berikut.

**Tabel 6.** Pengaruh Kualitas Produk, Distribusi, dan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan PT Jayatama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.970	.307		3.156	.002
1					
Kualitas Produk	.453	.107	.507	4.235	.000
Distribusi	.021	.117	.024	.179	.858
Pelayanan Purna Jual	.285	.097	.318	2.930	.005

Mengacu Tabel.6 diketahui persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 0.970 + 0.453X_1 + 0.021X_2 + 0.285X_3$$

atau **Kepuasan Pelanggan = 0.970 + 0.453 (Kualitas Produk) + 0.021 (Distribusi) + 0.258 (Pelayanan Purna Jual).**

Persamaan regresi di atas mengandung arti bahwa tanpa pengaruh kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual, maka tingkat kepuasan pelanggan PT Jayatama adalah 0,970. Angka konstanta tersebut di bawah 1, yang artinya di bawah kategori sangat tidak puas.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas (kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya jika variabel bebas tersebut ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Uji t menunjukkan bahwa dari ketiga variabel bebas, pengaruh distribusi tidak signifikan. Jadi hanya kualitas produk dan pelayanan purna jual yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Jayatam Selaras.

Pengaruh kualitas produk lebih kuat dibandingkan pengaruh pelayanan purna jual. Koefisien regresi Variabel Kualitas Produk bernilai 0,453; lebih besar daripada koefisien regresi variabel pelayanan purna jual yang bernilai 0,258. Artinya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memberikan perhatian lebih utama kepada kualitas produk.

Selanjutnya dilakukan pengujian korelasi antar dimensi dari variabel bebas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tabel 7 menunjukkan bahwa koefisien *Pearson Correlation* (r) Dimensi Keistimewaan pada Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memiliki nilai tertinggi yaitu 0,581. Angka tersebut menunjukkan terdapat hubungan cukup kuat antara Dimensi Keistimewaan dari Variable Kualitas Produk dengan Dimensi Konfirmasi Harapan pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, jika perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan maka keistimewaan kualitas produk, khususnya pada variasi kemasan plastik yang unik perlu menjadi perhatian utama.

**Tabel 7.** Korelasi antar Dimensi

Variabel	Dimensi	Kepuasan Pelanggan		
		<i>Kepuasan General</i>	<i>Konfirmasi Harapan</i>	<i>Perbandingan Situasi Ideal</i>
Kualitas Produk ( $X_1$ )	Kinerja	0.459	0.447	0.155
	Keistimewaan	0.499	0.581	0.343
	Kehandalan	0.327	0.481	0.243
	Kesesuaian	0.370	0.287	0.179
	Daya tahan	0.504	0.415	0.255
	Kecepatan	0.380	0.458	0.386
Pelayanan Purna Jual ( $X_3$ )	Ketepatan	0.409	0.419	0.405
	Keramahan	0.243	0.152	0.216
	Kenyamanan	0.466	0.378	0.359

**Sumber:** Data Primer diolah (2014)

Dimensi Kenyamanan pada Variabel Pelayanan Purna Jual ( $X_3$ ) memiliki hubungan paling kuat dengan Dimensi Kepuasan General pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai r (koefisien korelasi) adalah 0,466 atau berada pada kategori cukup kuat. Artinya adalah bahwa pelanggan cukup puas sehubungan dengan kenyamanan atas kemudahan - kemudahan yang diberikan oleh *customer service*, khususnya dalam menyelesaikan klaim keluhan.

**Pembahasan.** Dari persamaan regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Keistimewaan akan berbagai variasi kemasan plastik yang unik menjadi hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang telah dikemukakan Saidani dan Arifin (2012), Adi dan Yoestini (2012), Alam dan Sugiarto (2012), serta Arief *et al* (2013) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini bahwa pengaruh kualitas produk

lebih besar daripada pengaruh kualitas layanan serupa dengan temuan penelitian Mulyono *et al* (2007).

Penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Distribusi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Distribusi atas lokasi dan waktu tidak lagi menjadi suatu titik acuan akan kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Hutagalung (2011) bahwa Distribusi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk asuransi.

Temuan bahwa variabel Pelayanan Purna Jual memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan sejalan dengan hasil penelitian yang telah dikemukakan oleh Ismiyatiningsih (2008), Kurniawan dan Lubis (2013), serta Arief *et al* (2013). Kenyamanan atas kemudahan-kemudahan yang diberikan *customer service* dalam menyelesaikan klaim keluhan menjadi hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa PT Jayatama Selaras perlu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mereka tidak berpindah ke produk sejenis lainnya bahkan diharapkan pelanggan meningkatkan jumlah pemesanan barang. Kepuasan pelanggan bisa ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan purna jual yang selama ini telah dilaksanakan perusahaan.

## PENUTUP

**Kesimpulan.** Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bukti bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jayatama Selaras. Artinya semakin baik Kualitas Produk yang diberikan perusahaan semakin banyak pelanggan yang puas. Kualitas Produk berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun yang dimaksud Kualitas Produk disini adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas dan bermutu sesuai yang diharapkan para pelanggan. Selanjutnya, ditemukan bahwa Distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras. Artinya jarak lokasi gudang dan ketepatan waktu dalam pengiriman bukan merupakan hal yang mempengaruhi kepuasan para pelanggan PT. Jayatama Selaras. Berikutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelayanan Purna Jual berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Artinya semakin baik pelayanan purna jual yang diberikan oleh PT. Jayatama Selaras maka akan semakin banyak pelanggan yang puas. Pelayanan Purna Jual berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun yang dimaksud Pelayanan Purna Jual pada penelitian ini antara lain adalah kenyamanan dalam memberikan kemudahan – kemudahan bagi pelanggan dalam menyelesaikan proses klaim keluhan mereka. Secara bersama-sama kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras. Artinya jika kualitas produk, distribusi, dan pelayanan purna jual ditingkatkan maka niscaya kepuasan pelanggan PT. Jayatama Selaras akan meningkat.

**Saran.** Temuan penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan PT. Jayatama Selaras, maka disarankan agar perusahaan meningkatkan kualitas produk perusahaan khususnya dengan menyediakan variasi model kemasan yang baru dan unik untuk pilihan kemasan produk bagi pelanggan. Kedua, Pelayanan Purna Jual ditemukan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi *service excellent* dari Variabel Pelayanan Purna Jual yang diberikan oleh staf PT. Jayatama Selaras dalam melayani pelanggan perlu menjadi perhatian utama pimpinan

perusahaan. Bagian *customer service* diharapkan dapat memberikan kenyamanan khususnya staf dapat memberi kemudahan kepada pelanggan dalam penyelesaian klaim keluhan baik mulai dari pengisian form keluhan, memberikan jawaban yang cepat atas *complain* yang diterima, hingga waktu proses penyelesaian yang relatif pendek.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan dari variabel Kualitas Produk, Distribusi, Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan masih terbatas. Masih cukup banyak hal-hal lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan belum masuk dalam model penelitian ini. Oleh sebab itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain, seperti persepsi pelanggan terhadap harga, yang diperkirakan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel baru yang ditambahkan pada penelitian selanjutnya bisa merupakan variabel bebas atau variabel intervening.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Adi, Albertus Ferry Rostya dan Yoestini. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang). *Skripsi* Fakultas Eknomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. [eprints.undip.ac.id/35758](http://eprints.undip.ac.id/35758)
- Alam, Danti Nurul dan Yohanes Sugiarto. 2012. Analisis Faktor—faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Jasa Travel Bejeu (Studi pada Travel Bejeu Semarang). *Skripsi* Fakultas Eknomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. [eprints.undip.ac.id/35678](http://eprints.undip.ac.id/35678)
- Arief, Diana, Abdul Rahman Kadir, dan Indrianty Sudirman. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Motor Honda di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Universitas Hassanudin.
- Asghar, Ali Hajizadeh, Seyed Abbas, Khaled, dan Sadeq Khaksar (2011). *Study the Effetcts of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. International Journal of Humanities and Social Science. Vol 1 No. 7.*
- Diposumarto, Ngadino S. (2012). *Metodologi Penelitian Teori dan Terapan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hadyanto, Bayu, Mulyono, Yoestini, Rini Nugraheni, dan Mustofa Kamal. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* Universitas Diponegoro.
- Hutagalung, Annette B. Frista (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen Sehingga mereferensikan polis asuransi unit link (studi kasus pada PT. Axa Mandiri Financial Services Bank Mandiri Cabang Bintaro). *Tesis* Pascasarjana (tidak diterbitkan) Universitas Mercu Buana.
- Ismiyatiningsih, Sri (2008). Pengaruh Marketing Mix, Layanan Purna Jual, dan Hubungan Individu terhadap Keputusan Pembelian oleh Dokter. *Tesis* Pascasarjana (tidak diterbitkan). Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Kotler, Philips, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- (2013). *Marketing Management*. Fourteenth Edition. Pearson Education Inc. London.
- Kotler, Philips, dan Gary Amstrong. (2009). *Principles of Marketing*. Pearson Education . Amerika Serikat.

- (2010). *Principles of Marketing*. Thirteenth Edition. Pearson Education Inc. London.
- (2010). *Principles of Marketing*. 13E, Global Edition. England: Pearson Education Inc.
- (2010). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> ed. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, Ferri dan Nawazirl Lubis. (2013). Pengaruh Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Astra Internasional Isuzu Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis* Universitas Diponegoro. Semarang Volume 2 Nomor 1.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Mulyono, Bayu Hadyanto; Yoestini, Rini Nugraheni, Mustofa Kamal. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perumahan OURi Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* Volume 4 Nomor 2 Juli Tahun 2007. Hal 91-100.
- Rosiana, Dewi. (2010). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz (Studi Kasus pada Honda Semarang Center). *Tesis Pascasarjana* (tidak diterbitkan). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Universitas Negeri Jakarta. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy (2006). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kelima, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono dan Chandra, (2005). *Service Quality and Satisfaction*, Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta