

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. TRAKTOR NUSANTARA
CABANG BANJARMASIN**

ABSTRAK

Ananda Yolani Saputri¹, Syahrani², Hj. Farida Yulianti³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 19310933

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 060407234

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 069809131

Email : yolannanda75@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis secara simultan, parsial dan dominan mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey analitik dengan pendekatan cross sectional. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 103 pelanggan dan sampel sebanyak 83 pelanggan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi, wawancara dan observasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk dan layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin.

Ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin. Kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin.

Pihak manajemen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dengan cara memberikan promosi produk yang lebih variasi dan menarik. Selain itu pihak manajemen juga disarankan untuk meningkatkan layanan purna jual dengan cara memberikan pelayanan dengan cepat, ramah dan komunikatif.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Layanan Purna Jual dan Kepuasan

ABSTRACT

The purpose of this study is to know and analyze simultaneously, partially and dominantly about the effect of Product Quality and After Sales Service on Consumer Satisfaction at PT. Traktor Nusantara Banjarmasin Branch.

The research method used was analytic survey method with cross sectional approach. The population in this study were 103 customers and a sample of 83 customers using accidental sampling technique. Data collection techniques using questionnaires, documentation, interviews and observations.

The results of the study concluded that there was a significant simultaneous effect between product quality and after-sales service on customer satisfaction at PT. Traktor Nusantara Banjarmasin Branch. There is a partially significant effect between product quality and after sales service on customer satisfaction at PT. Traktor Nusantara Banjarmasin Branch. Product quality is a variable that has a dominant influence on customer satisfaction at PT. Traktor Nusantara Banjarmasin Branch.

The management of PT. Traktor Nusantara Banjarmasin branch is recommended to improve product quality by providing more varied and attractive product promotions. In addition, the management is also advised to improve after-sales service by providing services quickly, friendly and communicative.

Keywords: Product Quality, After-Sales Service and Satisfaction

PENDAHULUAN

Dunia telah memasuki era globalisasi sejak abad ke-20, zaman dimana iklim kompetitif telah masuk disemua lini kehidupan. Globalisasi merupakan suatu proses yang menyeluruh atau mendunia dimana setiap orang tidak terikat oleh negara atau batas-batas wilayah, artinya setiap individu dapat terhubung dan saling bertukar informasi dimanapun dan kapanpun melalui media elektronik maupun cetak. Globalisasi dapat menjadikan suatu negara lebih kecil karena kemudahan komunikasi antarnegara dalam berbagai bidang seperti pertukaran informasi dan perdagangan. Konsep ini menciptakan *borderless world* yaitu dunia yang tidak mengenal batas-batas teritorial kedaulatan sebuah bangsa/negara. Wujud nyata dari globalisasi dapat dilihat dari adanya pemberlakuan “Pasar Bebas Asia Tenggara” atau yang dikenal dengan istilah MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) sejak Awal tahun 2016. Dampaknya turut menciptakan persaingan yang semakin tinggi pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk didalamnya persaingan industri penjualan alat berat khususnya yang ada di Indonesia.

Perkembangan industri penjualan alat berat, dewasa ini berkembang sangat pesat. Hal ini terbukti dengan banyaknya permintaan penggunaan alat berat dari berbagai sektor seperti pertambangan (*mining*), perkebunan (*plantation*) dan konstruksi (*construction*).

Untuk sektor pertambangan (*mining*) misalnya tambang batu bara, dibutuhkan alat yang bisa

digunakan untuk mengeruk material, dan *dump truck* untuk mengangkut batu bara. Untuk sektor perkebunan (*plantation*), alat berat digunakan untuk pembukaan lahan (*land clearing*), membuat sistem perairan parit (*drainase*), proses pemupukan, dan pengangkutan hasil panen. Untuk sektor konstruksi, alat berat digunakan untuk pembuatan jalan, pemadatan aspal & tanah.

Tujuan penggunaan alat berat tersebut adalah untuk mempermudah pekerja dalam melakukan pekerjaannya sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai dengan mudah dalam waktu yang relatif singkat dan biaya yang relatif lebih kecil terutama untuk pekerjaan dalam skala yang besar.

Dibandingkan dengan pengerjaan secara konvensional yang membutuhkan banyak waktu, biaya, dan tenaga kerja sehingga menyebabkan *OPEX (Operational Expenditure)* menjadi lebih besar dan *BEP (Break Event Point)* sebuah perusahaan lebih lambat. Karena menggunakan alat berat dinilai lebih menguntungkan oleh banyak perusahaan, maka banyak perusahaan memilih menggunakan alat berat sebagai solusi untuk menunjang berbagai macam pekerjaan di perusahaannya.

Dari sedikit uraian mengenai manfaat alat berat diatas, dapat kita lihat bahwasanya alat berat memegang peran yang sangat penting dalam fungsinya sebagai alat untuk membantu mempermudah serta mempercepat proses pembangunan. Oleh sebab itu, *demand* akan kebutuhan berbagai jenis alat berat pun otomatis akan bermunculan. Namun, fenomena ini

tidak luput pula dari persaingan/kompetisi antar produsen maupun distributor alat berat itu sendiri.

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan banyak faktor menjadi penentu keberhasilan tersebut salah satunya kualitas pelayanan. Berdirinya suatu perusahaan baik yang dibidang produksi ataupun jasa tujuan utama adalah mencari *profit* (keuntungan) yang maksimal demi kemajuan dan perkembangan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus bisa menjual produk atau jasa sebanyak mungkin kepada konsumen karena itu perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Konsumen pada masa sekarang sudah mulai selektif

untuk mencari perusahaan industry yang bagus, dan baik secara pelayanannya.

Kualitas pelayanan yang kurang baik maka akan memberikan efek tidak nyaman bagi pelanggan yang datang, dan lama kelamaan konsumen mulai beralih ketempat perusahaan jasa lain. Kondisi persaingan yang ketat menjadi hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan konsumen agar dapat bertahan dan bersaing. Pengelola harus tahu hal apa saja yang dianggap penting oleh pengelola usaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas memiliki dimensi utama tergantung pada konteks atau kasusnya. Dimensi kualitas dalam pemasaran sangat berbeda dengan dimensi kualitas dalam pemasaran barang atau produk manufaktur. Dalam kasus pemasaran, dimensi kualitas yang sering menjadi acuan yang dikemukakan (Parasuraman, et.al) menyebutkan bahwa kualitas layanan jasa dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL yaitu : (Tjiptono dan Chandra, 2012:75). Reliabilitas (*reliability*) yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi,

kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, resiko atau keraguan, empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan, bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

Untuk itu para karyawan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan menerapkan sistem manajemen para perusahaan bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumennya. Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi bisnis menggunakan Sistem Informasi dan Teknologi Informasi untuk menjalankan dan mengembangkan proses bisnis adalah PT. Traktor Nusantara. Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan alat-alat berat (*capital goods*), untuk keperluan industry, pertanian, konstruksi dan masih banyak lagi. Namun juga menyediakan layanan purna jual (*after sales service*) bagi para konsumennya di zona pasar Indonesia. PT. Traktor Nusantara berdiri sejak tahun 1974, hingga saat ini PT. Traktor Nusantara masih tetap dikenal dan semakin berkembang.

PT. Traktor Nusantara menjual berbagai produk merek alat berat seperti *Perkins, Sakai, Massey Ferguson, Kubota, Toyota, Canycom, Ingersoll Rand Compressor, Link Beltdan Crane*. Pasar di Asia tenggara khususnya Indonesia merupakan salah satu yang terpenting untuk bisnis global PT.

Traktor nusantara saat ini. Salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan mewujudkan rencana tersebut dengan melakukan penguatan *after sales service* (layanan purna jual). Ini menjadi isu prioritas paling tinggi bagi perusahaan untuk menambah pangsa pasar di Indonesia.

Jika dilihat dari aspek pemasaran, sejak tahun 2017 hingga tahun 2018 PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin ini mengalami masalah menurunnya penjualan. Hal ini dikarenakan layanan purna jual yang kurang maksimal baik dari kualitas servicenya yang di ketahui karena banyak nya jumlah pelanggan yang protes dan memutuskan kontrak karena pelayanan purna jual kurang maksimal atau tidak memuaskan pelanggan sehingga ini berdampak kurang baik kepada perusahaan yang mana tidak ada terjadi pembelian ulang

Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin akan bertambah. Tetapi jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin. Keluhan atau ketidakpuasan konsumen seharusnya ditanggapi pihak perusaan dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga konsumen akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak perusahaan.

Dan salah satunya juga strategi peningkatan layanan purna

jual. Layanan purnajual (*after sales service*) yang dilakukan oleh PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin berupaya pelayanan perbaikan (*service*) alat berat, baik servis berkala maupun insidental, serta sekaligus penjualan suku cadang. Dari kedua strategi pemasaran tersebut, penelitian ini hanya membahas strategi yang kedua yaitu peningkatan Layanan Purna Jual Alat berat di PT. Traktor Nusantara. Dimana Layanan purna jual merupakan salah satu faktor yang penting diperhatikan oleh pelanggan yang akan membeli alat berat selain keandalan mesin, usia pakai, kinerja dan nilai jual kembali.

Pihak manajemen perusahaan memerlukan antisipasi dan kesiapan yang lebih baik, terukur dan terencana dalam menghadapi tingkat persaingan yang tinggi diantara berbagai merek alat berat. Tingkat kepuasan dalam layanan purnajual akan berpengaruh terhadap penjualan alat berat. Mengetahui secara benar tingkat kepuasan pelanggan dalam layanan purnajual, akan bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi kualitas layanan dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan, sehingga kemungkinan beralihnya konsumen ke pelayanan perusahaan alat berat lainnya dapat dikurangi. Berbagai masalah yang ditimbulkan dari layanan purna jual ini pada akhirnya akan memberikan imbas yang cukup signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Layanan purna jual memegang peran yang sangat penting dalam indikator kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Jika produsen tidak mampu

memberikan layanan purna jual sesuai harapan konsumen, maka hal terburuk yang akan terjadi konsumen akan lari kepada produsen atau distributor lain yang menjual produk yang serupa.

Dalam kaitannya dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap produk yang dijualnya, penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual sangat perlu dilakukan. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana peranan kualitas produk dan layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, penulisan tertarik untuk melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin"**.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang tidak terlalu mementingkan kedalaman suatu data, penelitian kuantitatif tidak mengacu pada seberapa dalam data tersebut, yang terpenting bisa untuk merekam data sebanyak mungkin dari populasi yang ada, sehingga menemukan hasil yang kita cari (Sugiyono, 2013: 28).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey analitik yaitu metode di dalam suatu bentuk dari suatu teknik penelitian yang mana informasinya ini dikumpulkan dari beberapa sampel berupa orang, mengumpulkannya dengan memberi pertanyaan-pertanyaan yang dijawab langsung oleh orang tersebut.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2023 dan tempat Penelitian ini dilakukan di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin yang beralamat di Jl. A. Yani Km 11.4 Simpang Empat Kelurahan Kertak Hanyar Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung ke lapangan atau lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman pada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung berbagai hal serta kondisi yang ada dilapangan.

Kepustakaan adalah suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menghimpun informasi yang berhubungan dengan judul penelitian yang diperoleh dari buku-buku ilmiah, skripsi, tesis, disertasi dan ensiklopedia serta sumber-sumber tertulis baik media cetak maupun elektronik.

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan terstruktur yang disesuaikan dengan materi penelitian kepada responden untuk diisi oleh responden. Adapun isi dari kuesioner ini adalah berupa pertanyaan atau pernyataan mengenai kualitas produk, layanan purna jual, dan kepuasan konsumen pada PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin

5. Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas atau kesahihan suatu instrument. Instrument yang valid valid berarti memiliki validitas rendah (Sugiyono, 2013: 58) atau sah mempunyai validitas tinggi.

2) Uji Asumsi Klasik

Uji yang melihat layak atau tidaknya regresi yang digunakan untuk memprediksi variable terikat berdasarkan masukan variable bebas, model regresi

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel bukti fisik (X1) kualitas Produk, (X2) layanan purna jual dan kepuasan konsumen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Kualitas Produk

Tanggapan responden mengenai "Kualitas Produk" dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kualitas produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara kurang mudah dioperasikan dilapangan karena sering mengalami gangguan khususnya pada mesin karena mesin kendaraan sering mengalami kerusakan akibat daya tahan terhadap pemakaian yang kurang tinggi namun sebagian kendaraan juga

sudah tahan uji baik dari segi mesin ataupun dari segi ketahanan fisik kendaraan. Desain produk yang lambat berkembang akibat peminat kendaraan yang di jual

PT. Traktor Nusantara dari kalangan terbatas dan biasanya dipakai perusahaan, maka dari segi designe kurang banyak model dan kurang diberikan inovasi karena pabrik kendaraan mementingkan kualitas daripada desain produk yang dijual, selain itu cara kerja kendaraan yang dijual sering kurang optimal sehingga pemilik harus melakukan service atau perbaikan tambahan lain.

2. Layanan Purna Jual

Tanggapan responden mengenai “Layanan Purna Jual” dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Traktor Nusantara tidak memberikan pelayanan purna jual selama masa garansi (berupaya After Sales Service maupun Warranty, Repair) terhadap produk yang dijual sesuai dengan ketentuan yang berlaku, pelanggan justru harus mengeluarkan biaya untuk perbaikan yang masuk garansi dengan alasan garansi tidak berlaku. Suku cadang produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara selalu available (tersedia) saat dibutuhkan dan pelayanan pemeliharaan (maintenance) terhadap produk yang anda beli telah dilakukan oleh PT. Traktor Nusantara sesuai harapan namun perbaikan (service) yang dilakukan terhadap produk belum memenuhi standard kualitas service yang baik dan teknisi (mekanik) yang melakukan perawatan (maintenance)

dan perbaikan (service) di PT. Traktor

nusantara kurang kompeten sehingga pelanggan kurang puas dengan pelayanan service yang diberikan

3. Kepuasan Konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin

Tanggapan responden mengenai “Kepuasan Konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin” dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa kurang puas dengan kualitas produk dan layanan purna jual yang diberikan oleh PT. Traktor Nusantara, namun konsumen ingin terus menggunakan produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara dan tidak pernah beralih ke merek lain yang menawarkan produk serupa karena konsumen merasa produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan lain jauh lebih jelek kualitasnya dibandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh PT. Traktor Nusantara. Hal ini sesuai dengan anggapan konsumen yakin bahwa produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara adalah produk terbaik dibandingkan distributor alat berat lain, namun konsumen juga tidak akan merekomendasikan PT. Traktor Nusantara kepada teman/rekan bisnis karena mereka takut orang lain akan kecewa jika mengalami kesulitan serupa mengenai produk yang telah dibeli.

Pembahasan

Analisis Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin (Uji F)

Hasil analisa menunjukkan bahwa $F_{tabel}(3.959) < F_{hitung}(110.965)$ atau $F_{sig}(0,000) < F_{alpha}(0,05)$, H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti bahwa kepuasan masyarakat ditinjau dari faktor kualitas produk (X_1), layanan purna jual (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin ($Sig.=0,000 < 0,05$).

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Dengan kata lain kepuasan konsumen adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Menurut Schanaans, bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas, karena terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan perusahaan dan konsumennya 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.

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk dan layanan secara bersama-sama berpengaruh

pada kepuasan konsumen. Jadi apabila kualitas produk dan layanan purna jual di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kualitas produk dan layanan sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kualitas produk dan layanan melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Sehingga apabila konsumen sudah merasa semua kenyataan sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas dan akan setia lebih lama terhadap PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin.

Analisis Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin (Uji t)

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin

Ada pengaruh secara parsial antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin. Pentingnya kualitas produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin menjadi hal yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan apabila produk yang dibelu oleh konsumen tidak sesuai dengan harapan konsumen maka akan berdampak pada kekecewaan konsumen. Sebagaimana tanggapan konsumen yang menyatakan bahwa kualitas produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara kurang mudah dioperasikan dilapangan karena sering mengalami gangguan

khususnya pada mesin karena mesin kendaraan sering mengalami kerusakan akibat daya tahan terhadap pemakaian yang kurang tinggi namun sebagian kendaraan juga sudah tahan uji baik dari segi mesin ataupun dari segi ketahanan fisik kendaraan. Desain produk yang lambat berkembang akibat peminat kendaraan yang di jual PT. Traktor Nusantara dari kalangan terbatas dan biasanya dipakai perusahaan, maka dari segi designe kurang banyak model dan kurang diberikan inovasi karena pabrik kendaraan mementingkan kualitas daripada desain produk yang dijual, selain itu cara kerja kendaraan yang dijual sering kurang optimal sehingga pemilik harus melakukan service atau perbaikan tambahan lain.

Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk merupakan salah satu tolok ukur yang digunakan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen. Dengan penyediaan kualitas produk yang baik, akan mendorong konsumen untuk datang dan pada akhirnya merasa terpuaskan dengan kualitas produk yang terjamin.

Konsumen adalah orang yang menerima hasil pekerjaan (produk) pelaku bisnis, maka konsumenlah yang menentukan kualitas suatu produk. Kualitas produk dalam usaha rumah makan dapat dilihat dari kebersihan produk, cita rasa produk, menu yang disajikan, dan porsi yang pas.

Jika kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen melebihi

keinginan, harapan, dan kebutuhannya, maka kepuasan konsumen akan menjadi tinggi. Disisi lain apabila konsumen merasakan kualitas produk lebih rendah atau lebih kecil dari harapan, keinginan, dan kebutuhannya maka kepuasan konsumen akan menjadi lebih rendah atau lebih kecil.

Dengan demikian apabila kualitas produk dalam suatu usaha, khususnya PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin tersebut baik sehingga mendorong konsumen berkunjung dengan perasaan nyaman dan akhirnya konsumen akan terpuaskan. Oleh karena itu dikatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di suatu usaha rumah makan.

Produk yang mempunyai kondisi baik yang akan memuaskan konsumen, begitu sebaliknya jika produk dalam kondisi buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan konsumen, maka akan menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi pula kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga konsumen menjadi semakin puas.

Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin

Ada pengaruh secara parsial antara layanan purna jual (X_2) terhadap kepuasan konsumen PT.

Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin. Hal tersebut sesuai dengan fakta di lapangan yang menyebutkan bahwa PT. Traktor Nusantara tidak memberikan pelayanan purna jual selama masa garansi (berupaya After Sales Service maupun Warranty, Repair) terhadap produk yang dijual sesuai dengan ketentuan yang berlaku, pelanggan justru harus mengeluarkan biaya untuk perbaikan yang masuk garansi dengan alasan garansi tidak berlaku. Suku cadang produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara selalu available (tersedia) saat dibutuhkan dan pelayanan pemeliharaan (maintenance) terhadap produk yang anda beli telah dilakukan oleh PT. Traktor Nusantara sesuai harapan namun perbaikan (service) yang dilakukan terhadap produk belum memenuhi standard kualitas service yang baik dan teknisi (mekanik) yang melakukan perawatan (maintenance) dan perbaikan (service) di PT. Traktor nusantara kurang kompeten sehingga pelanggan kurang puas dengan pelayanan service yang diberikan.

Layanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu layanan yaitu konsumen itu sendiri, material dan informasi. Sebagian besar jasa layanan memasukkan konsumen sebagai inputnya yang disebut dengan *people processing* mengambil bagian apabila layanan yang diberikan secara langsung kepada konsumen. Semakin baik layanan yang ditawarkan kepada konsumen maka konsumen atau konsumen akan semakin puas. Jika layanan purna jual yang diterima

oleh konsumen sesuai dengan harapannya, maka mereka berpandangan bahwa layanan tersebut memiliki kualitas yang bagus. Apabila konsumen mendapatkan kualitas yang bagus, maka hal ini akan menjadi pengalaman bagi mereka dan membagikan pengalaman tersebut dengan produk, *word of mouth*, komunikasi eksternal perusahaan dan publikasi. Layanan purna jual mendorong ke arah peningkatan kepuasan konsumen, layanan purna jual memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, layanan purna jual yang tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Sebaliknya ketidakpuasan atas layanan purna jual dapat dijadikan alasan konsumen untuk berpindah atau melakukan pembelian secara diskontinyu. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Layanan purna jual adalah harapan sebagai keinginan para konsumen ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Kata konsumen, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada konsumen (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan). Hal yang paling rumit dari layanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Sedangkan harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan

konsumen lain, walaupun layanan yang diberikan selalu konsisten. Bervariasinya harapan konsumen terhadap kepuasan yang diperolehnya sering kali menimbulkan perbedaan persepsi.

Kualitas dari layanan yang diberikan oleh PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Apabila PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin memberikan layanan purna jual yang baik dan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Begitu juga sebaliknya, jika layanan purna jual yang diberikan tidak baik dan tidak memenuhi harapan konsumen maka akan tercipta ketidakpuasan dibenak konsumen. Layanan purna jual yang baik dan unik yang ditawarkan kepada konsumen dapat dijadikan sebagai daya tarik konsumen agar merasa puas dan tetap setia untuk berkunjung lagi. Untuk mengendalikan kepuasan konsumen maka layanan purna jual harus dikendalikan, pada dasarnya pengendalian ini adalah pengendalian kualitas kerja dan proses kegiatan untuk menciptakan kepuasan konsumen (*quality is customer's satisfaction*) yang dilakukan oleh setiap orang dari setiap bagian dalam organisasi.

Pengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin Uji β (Pengujian Koefisien Beta)

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2 atau R^2) sebesar 0,735. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variasi

variabel kualitas produk (X_1) ($\sigma = 0,000$; $\beta = 0,749$) merupakan variabel dominan yang memiliki pengaruh dan secara umum mampu menjelaskan variasi variabel dependen kepuasan konsumen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin sebesar 75,3% sedangkan sisanya sebesar 24,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk pada variabel dalam model penelitian ini.

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Simamora (2002) mengatakan bahwa yang terpenting dari kualitas produk adalah kualitas obyektif dan kualitas menurut persepsi konsumen (persepsi kualitas) yang terpenting adalah persepsi di mata konsumen. Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk produk juga terdapat kualitas.

Kualitas produk merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas produk meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Kualitas produk yang diberikan oleh PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin sangat erat dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Apabila PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, namun sebaliknya apabila kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan

harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Pemenuhan harapan konsumen sangat perlu diperhatikan hal ini untuk menarik hati konsumen agar menjadi konsumen yang setia. Kepuasan konsumen dianggap sebagai gagasan yang sangat penting dan menjadi tujuan utama dalam pemasaran.

Layanan purna jual tidak memiliki pengaruh diakibatkan oleh pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang mampu meningkatkan kepuasan hanya kualitas produk, karena apabila produk yang dijual kurang mampu memenuhi kepuasan konsumen seperti sering rusak, garansi yang diberikan tidak ada, sering mengalami masalah maka konsumen akan kecewa dan tidak akan membeli lagi produk yang dijual yang berdampak pada tingginya keluhan konsumen sedangkan apabila layanan purna jual mengalami masalah, masih bisa diperbaiki, bukan hal yang mampu mengurangi kepuasan konsumen ataupun bukan hal yang terlalu besar bagi konsumen karena konsumen percaya kualitas produk yang dijual jauh lebih

PENUTUP

Kesimpulan

1. Secara simultan, kualitas produk dan layanan purna jual memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin.
2. Secara parsial, kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin sedangkan layanan purna jual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin.

3. Kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin

Saran

1. Diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan kehandalan karyawan dalam bekerja sehingga pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen.
2. Seluruh karyawan harus memperbaiki cara melayani dalam menjual barang dalam penampilan sehingga mampu menunjang kinerja karyawan dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Pihak manajemen PT. Traktor Nusantara Cabang Banjarmasin disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dengan cara memberikan promosi produk yang lebih variasi dan menarik. Selain itu pihak manajemen juga disarankan untuk meningkatkan layanan purna jual dengan cara memberikan pelayanan dengan cepat, ramah dan komunikatif.
4. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian di bidang sejenis ataupun mereplikasikan penelitian ini, maka hendaknya memperhatikan keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya terlebih mengenai kualitas jasa/pelayanan (*service*)

quality) dengan lebih sempurna lagi

DAFTAR ISI

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Noviarakhman Z, A. 2018. *Teknik Analisis Data Kuantitatif Dalam Ilmu Sosial Menggunakan PSPP*, Banjarmasin: Stie Pancasetia.

Iswari Makhfida, Huda Nuril. 2016. *“Analisis Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat Berat Kobelco Cabang Banjarmasin”*, Universitas Lambung Mangkurat.

Kotler. Philip.2012.*Definisi Pelayanan*.Salemba Medika:Jakarta

Keller.Kotler.2012.*Manajemen Pemasaran*.edisi 12.Jakarta Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat 2014.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Salimbang empat, Jakaarta.

Moenir.2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta

Sinaga Rahmat Rispany.2012. *“Analisi Pengaruh Customers (CRM) dan Layanan Purna Jual terhadap penjualan pada CV. Bamex Engineering, Batam”*.Universitas UIN SUSKA.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Untuk Manajemen*. Alfabeta: Jakarta

Supranto. 2014. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rieneka Cipta: Jakarta.

Wibowo Teguh, Shihab Muchsin S.2015. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan PT. Bukaka Tehnik Utama, Tbk”*.Universitas Bakrie Repository.

Tjiptono, Fandidan Chandra, Gregorius. 2014. *Service, Quality, and Statisfaction*.Andi: Yogyakarta.

Triatomo. 2010. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Nuhu Medika: Yogyakarta.

Zeithaml and Leonard L Berr, Parasuraman A. 1985. *Reassessment of Implication For Further Research*. *Journal Marketing*.