

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SINTEGRA MULTI TEKNOTAMA DI KOTA TANGERANG PERIODE 2021-2023

Vitriani Nurhanifah¹, Sunanto²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹vitrianiurhanifah10@gmail.com, ²sunantoapt@gmail.com

Kata kunci:

Kualitas Produk; Pelayanan;
Kepuasan Pelanggan;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama di Kota Tangerang. Metode yang digunakan adalah menggunakan metode asosiatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama di Kota Tangerang dengan jumlah 4.608 orang pada tahun 2023. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Dengan teknik rumus slovin didapat sampel penelitian adalah 98 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, uji regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan, dan uji koefisien determinasi. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($15,065 > 1,985$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($17,302 > 1,985$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($166,693 > 3,090$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan di dapat persamaan regresi linier berganda $Y = 5,203 + 0,308 X_1 + 0,585 X_2 + \alpha$. Hasil nilai *R-square* (koefisien determinasi) sebesar 0,778, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 77,8% sedangkan sisanya sebesar (100%-77,8%) yaitu 22,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Keywords :

Product Quality; Service;
Customer Satisfaction;

ABSTRACT

*This research aims to determine the effect of product and service quality on customer satisfaction at PT Sintegra Multi Teknotama in Tangerang City. The method used is a quantitative associative method. The population in this study were customers of PT Sintegra Multi Teknotama in Tangerang City with a total of 4,608 people in 2023. The sampling technique used was accidental sampling. Using the Slovin formula technique, the research sample was 98 respondents. Data analysis methods used in research include instrument tests consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity and autocorrelation tests, multiple linear regression tests, correlation coefficients, hypothesis tests consisting of t tests. partially and simultaneously f test, and coefficient of determination test. From the results of this research, it is concluded that product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($15.065 > 1.985$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($17.302 > 1.985$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Product and service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($166.693 > 3.090$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$ and the multiple linear regression equation $Y = 5.203 + 0.308 X_1 + 0.585 X_2 + \alpha$. The resulting *R-square* value (coefficient of determination) is 0.778, so it can be concluded that the product quality (X_1) and service quality (X_2) variables together have an influential contribution to the customer satisfaction variable (Y) of 77.8% while the remainder is (100%-77.8%) namely 22.2% influenced by other factors or variables not studied.*



PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, setiap orang membutuhkan rasa aman bagi dirinya dan orang tersebut. Seperti kebiasaan menggunakan password pada smartphone, membeli brankas dan mengunci pintu saat keluar rumah. Hal ini mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan, seperti kehilangan barang berharga atau dokumen pribadi lainnya. Namun, kunci tradisional memiliki kekurangan, seperti kemungkinan hilangnya kunci atau kebutuhan untuk duplikasi. Untuk mengatasi masalah ini, masyarakat dan bisnis membutuhkan solusi keamanan yang lebih canggih dan praktis. Dalam industri alat keamanan, seperti yang dilakukan oleh PT Sintegra Multi Teknotama di Kota Tangerang, persaingan ketat dengan merek seperti *Hikvision* dan *Cardtreck* mendorong perusahaan untuk fokus pada inovasi dan peningkatan kualitas produk serta pelayanan. Perusahaan yang dapat memenuhi dan melebihi ekspektasi pelanggan memiliki peluang besar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang merupakan salah satu perusahaan yang senangtiasa menjaga kuliatas produk, perusahaan selalu menerapkan SOP (standar operasional prosedur) untuk semua tahapan produksi sebelum dijual kepada konsumen. Pada sebagian perusahaan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan bisnisnya. Seperti data yang dimiliki untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelanggan produk PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang. Dalam penelitian ini, saya akan melakukan penelitian sejauh mana dampak kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT Sintegra Multi Teknotama Kota Tangerang.

Menurut Tjiptono (2016:17) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami seseorang ketika membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan suatu produk dengan harapannya. kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk atau pelayanan yang diberikan. Jika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan dari PT Sintegra Multi Teknotama di Kota Tangerang, mereka cenderung akan kembali dan meningkatkan jumlah pesanan. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat berdampak negatif, menyebabkan penurunan jumlah pesanan dan memengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan seperti dampak pilihan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh PT Sintegra Multi Teknotama di Kota Tangerang. Sasaran penjualan dan grafik realisasi selama tiga tahun sebelumnya menunjukan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Data Pejualan dan Realisasi Penjualan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang

No	Tahun	Penjualan	Target Penjualan	Jumlah Penjualan	Presentase	Status
1	2021	Rp. 2.707.200.00	3.2	2.88	90%	Tidak Tercapai
2	2022	Rp. 3.547.560.000	3.5	3.744	107%	Tercapai
3	2023	Rp. 4.331.520.000	3.75	4.608	123%	Tercapai
Jumlah		Rp. 10.586.280.000	10.45	11.232	320%	Tercapai

Sumber : PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang

Data dari tabel 1 menunjukkan bahwa PT Sintegra Multi Teknotama di Kota Tangerang mengalami fluktuasi penjualan yang tidak stabil dari 2021 hingga 2022, kemungkinan besar disebabkan oleh ketidaksesuaian dalam kualitas produk dan pelayanan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu segera meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk mencegah penurunan penjualan, keuntungan, dan kehilangan pelanggan. Selain itu, meskipun perusahaan menetapkan target penjualan tahunan yang bervariasi, realisasi penjualan seringkali tidak sesuai dengan proyeksi akibat faktor-faktor seperti keterlambatan pengiriman dan perubahan selera pelanggan.

Pada dasarnya pengertian kualitas produk adalah upaya untuk menyesuaikan tuntutan dan keinginan pelanggan dengan harapannya. Kualitas produk menarik konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan pemasok produk. Jika kualitas produk menurun maka akan ada banyak keluhan yang datang dari konsumen. PT sintegra juga memiliki data keluhan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk sebagai berikut:

Tabel 2
Keluhan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk
Pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang

No	Indikator Kualitas Produk	Kenyataan	Jumlah Keluhan
1	Kinerja (<i>Perfomance</i>)	Sistem tampak memiliki keterlambatan dalam merespons ketika mendeteksi aktivitas	3
2	Keandalan (<i>Realibility</i>)	Sistem sering mengalami keterlambatan dalam merespon dalam situasi darurat	2
3	Fitur (<i>Feature</i>)	Sistem sering mengalami keterlambatan dalam merespon dalam situasi darurat	4
4	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Produk <i>security system</i> cenderung rentan terhadap gangguan listrik yang dapat menyebabkan kerusakan	8
5	Konsisten	Produk <i>security system</i> tidak konsisten dalam penampilan indikator mengenai pemberitahuan terhadap kelemahan dari salah satu item	5
6	Desain	Desain produk <i>security system</i> memberikan informasi visual yang kurang jelas dan dimengerti	2

Sumber: PT Sintegra Multi Teknotama Kota Tangerang

Berdasarkan dari data tabel 1.2 diketahui bahwa banyak sekali keluhan konsumen diatas, kesempatan untuk mempelajari dan memahami tuntutan dan harapan konsumen dalam pandangan mereka dimungkinkan oleh hubungan timbal balik yang terjalin oleh perusahaan dan pelanggannya. Akibatnya dengan mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang positif dan mengurangi pengalaman negatif, pemasok barang dapat mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Ketika suatu produk memenuhi persyaratan kinerja konsumen, mencakup produk lainnya juga akan memuaskan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang tinggi sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan. Setiap teknisi harus memastikan jaminan produk yang baik, terutama dalam konteks persaingan yang ketat. Menurut Kasmir (2017:47), kualitas pelayanan adalah tindakan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan pelayanan yang berkualitas dapat memperkuat ikatan antara konsumen dan perusahaan, serta mendorong peningkatan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, kualitas pelayanan di PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang satu keluhan yang menonjol yaitu kurangnya responsivitas karyawan terhadap pelanggan. Keluhan ini mencerminkan bahwa ada kebutuhan untuk meningkatkan tingkat tanggapan dan komunikasi dari karyawan terhadap pelanggan. Berikut adalah data keluhan pelanggan terkait hal ini:

Tabel 3
Keluhan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan
PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang

No.	Indikator Kualitas Pelayanan	Kenyataan	Keluhan
1	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Produk menunjukkan tanda-tanda kerusakan fisik akibat pengiriman	2
2	Keandalan (<i>Realibility</i>)	Karyawan tidak merespon dengan baik terhadap keluhan-keluhan mengenai masalah terhadap produk	5
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan tidak menyampaikan tanggapan yang memadai atau tindakan tindak lanjut mengenai keluhan yang disampaikan konsumen	3
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Konsumen merasa kesulitan dalam memahami ketentuan garansi secara rinci	3
5	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan kurang memahami kebutuhan keamanan yang spesifik sesuai permintaan konsumen	2

Sumber: PT Sintegra Multi Teknotama Kota Tangerang

Berdasarkan dari tabel 3 diketahui bahwa pada kurun waktu setahun ini banyak terjadi keluhan diantaranya yaitu produk mengalami kerusakan dalam waktu pengiriman, karyawan yang tidak merespon dengan baik keluhan-keluhan mengenai masalah produk, karyawan yang tidak

menyampaikan tanggapan yang memadai, pelanggan yang merasa kesulitan dalam memahami ketentuan garansi, dan karyawan yang kurang memahami kebutuhan keamanan yang spesifik sesuai dengan permintaan konsumen. Masalah lain yang dikeluhkan konsumen yakni kurangnya komunikasi sehingga menyebabkan slowrespon. Kondisi diatas jelas harus diperbaiki mengingat pelanggan yang tidak puas cenderung beralih ke kompetitor sehingga dikhawatirkan akan berdampak pada tidak tercapainya tujuan perusahaan, dengan fenomena ini penulis menduga ketidakpuasan pelanggan di pengaruhi beberapa aspek yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, yang mana keduanya diduga mempunyai kaitan yang erat terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang”

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut Afandi (2018:1) Manajemen mengemukakan bahwa “proses kerja sama antar karyawan untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, personalia, pengarahan, kepemimpinan, dan pengawasan.”

Manajemen Pemasaran

Menurut Sudarsono (2020:2), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Kualitas Produk

Menurut Wijaya (Ibrahim & Thawil, 2019) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:304) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan atau konsumen.

Kepuasan Pelanggan

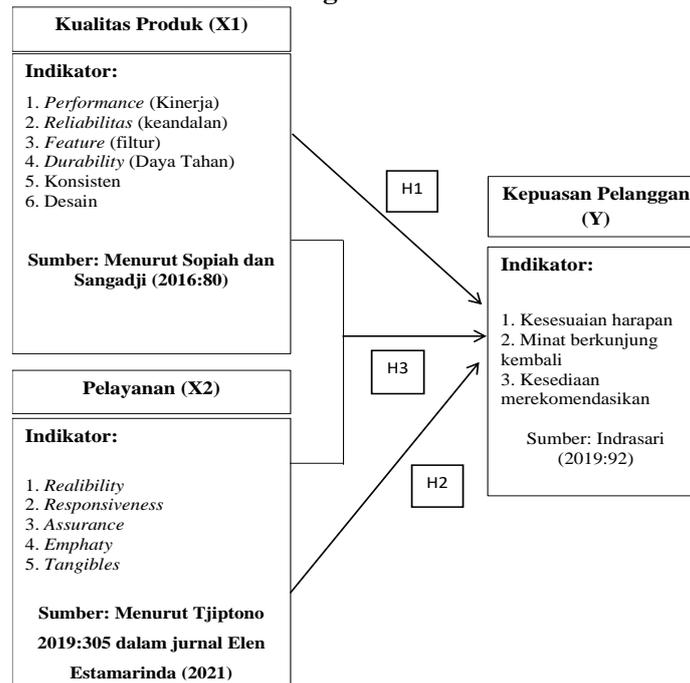
Menurut Menurut Indrasari (2019:87) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Disini kesimpulan sementara adalah:

1. Pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
Ho1 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
Ha1 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
Ho2 : Diduga tidak terdapat berpengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
Ha2 : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
3. Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
Ho3 : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
Ha3 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.

Gambar 1
Kerangka Berfikir



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂), terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini, Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang dalam kurun waktu satu tahun sebanyak 4.608 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam pengambilan sampel, jumlah sampel harus *representative*. Sehingga, sampel minimal yang diambil adalah sejumlah 98 pelanggan. Teknik Analisis Data yang digunakan ialah Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	5.203	1.801		2.888	.005
Kualitas Produk	.308	.106	.307	2.912	.004
Kualitas Pelayanan	.585	.103	.599	5.687	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

Mengingat konsekuensi perhitungan ini, kondisi regresi langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 5,203 + 0,308 X_1 + 0,585 X_2 + \alpha$$

Dari persamaan di atas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

- 1) Nilai tetap sebesar 5,203 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan pelanggan sebesar 5,203 satuan.
- 2) Nilai 0,308 berarti dengan asumsi sisa bagian konsisten dan tidak ada penyesuaian pada Kualitas Produk maka setiap perubahan 1 satuan pada akan menimbulkan penyesuaian Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan sebesar 0,308 satuan.

- 3) Nilai 0,585 artinya dengan asumsi bagian sisa stabil dan tidak ada penyesuaian pada Kualitas Produk maka setiap selisih 1 satuan pada 1 Kualitas Pelayanan akan menimbulkan penyesuaian Kepuasan Pelanggan sebesar 0,585 satuan.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 5
Hasil Uji t Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	7.131	2.038		3.500	.001
Kualitas Produk	.842	.056	.838	15.065	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (15,065 > 1,985) hal ini diperkuat dengan nilai sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 6
Hasil Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6.634	1.799		3.687	.000
Kualitas Pelayanan	.852	.049	.871	17.362	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau (17,302 > 1,985) hal ini diperkuat dengan nilai Sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Uji F

Tabel 7
Uji Hipotesis (Uji F) Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4769.799	2	2384.900	166.693	.000 ^b
Residual	1359.180	95	14.307		
Total	6128.980	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (166,893 > 3,090), hal ini juga diperkuat dengan Sig (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.882 ^a	.778	.774	3.782	

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

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,778, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 77,8%, sedangkan sisanya 100%-77,8% adalah 22,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang, dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t ($3,785 > 1,985$) dan nilai sig ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t ($5,171 > 1,985$) dan nilai Sig. ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji f ($156,589 > 3,090$), dan nilai sig ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sintegra Multi Teknotama Di Kota Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA (Kapital, bold, Times new roman 11 pt)

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). Manajemen Pemasaran (1st ed.). Depok: PT.Rajagrafindo Persada.
- Abdurahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin. 2017. Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Afandi. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Alfabeta, CV. Nusa Media. Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2017, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anang Firmansyah, dan Budi W. 2018 Mahardika, Pengantar Manajemen, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Anang Firmansyah. 2018. Pengantar Manajemen. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Andi Supangat, th, Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik, Bandung: Kencana penada media group.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4, ANDI, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan (Revisi) (N. F. Atif Ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., (2019), *Principles of Marketing*, 14th Ed, Prentice Hall, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Panjaitan, M. (2018). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Press. Karyawan*. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 1-5.
- Priyastama, Romie. (2017). *Buku Sakti Kuasi SPSS Pengolah Data & Analisis Data*. Bantul: START UP.
- Santoso, S. (2015). *SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*, Jakarta, PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia
- Sarinah, dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Windasuri, Heria, H. S. & B. T. (2017). *Excellent Service The Secrets of Building a Service Organization*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Agung Anggoro, M., & Purba, M. I. (2019). Dampak Daya Tarik Iklan Dan Komentar Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelanggan Pada Pengguna *Aplikasi* Online Shop Di Kota Medan. *AKRAB JUARA*, 4, 171–185.
- Agus Wijaya. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi *Merek* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 02 Nomor 01 (Juni, 2018) 1-16.
- Aisyah, Nurul. Desember 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Bekasi). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol 3, No 2.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh store atmosphere pada kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 240-249.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung *dalam* menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas *Pengunjung* Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

IKRAM, M. A. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SULSELBAR CABANG UTAMA MAKASSAR.

Lesmana & Ratnasari. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa". *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Volume 2, Nomor 2.

Maryati, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Mulia, H. (2020). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS PADA CV CEMILAN KUNIK GARUT. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 29-37.

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-31

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk. *Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun, Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol 16 No. 01*.

Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).