

Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo

Sofiya Nur Jannah¹, Tumini^{2*}, Yekti Rahajeng³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga¹²³
Email: tumini@upm.ac.id

ABSTRAK

Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan. Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan suatu perusahaan. Variabel bebas terdiri dari produk dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa pelabuhan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo yang berstatus aktif dan yang berdomisili di wilayah Probolinggo. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling yakni simple random sampling. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dengan diolah menggunakan analisis data berupa uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo.

Kata Kunci: Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Companies that sell services mean selling their products in the form of trust. Service quality can also affect the level of customer satisfaction of a company. The independent variable consists of Product and Service Quality while the dependent variable is Customer Satisfaction. The population in this study are customers who use port services at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3, Java Subregion, Tanjung Tembaga Probolinggo Port with active status and who live in the Probolinggo area. The population in this study are customers who use port services at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3, Java Subregion, Tanjung Tembaga Probolinggo Port with active status and who live in the Probolinggo area. The sampling technique in this study used a probability sampling technique, namely simple random sampling. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Processed using data analysis in the form of validity and reliability tests, classical assumption tests (normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, and autocorrelation test), multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing (t test). The results of this study indicate that: product and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3, Java Subregion, Tanjung Copper Port, Probolinggo.

Keywords: Product, Service Quality, Customer Satisfaction.



1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bagi suatu perusahaan produk memiliki arti yang sangat penting karena tanpa adanya produk maka perusahaan tidak akan melakukan dari usahanya (Indrasari, 2019). Dengan adanya produk, perusahaan dapat menafsirkan nilai yang diberikan kepada pelanggan oleh produk atau jasa yang dirasakan dan dinikmati oleh pelanggan melalui pembelian produk atau layanan jasa tertentu. Menurut Sunyoto (2019) "Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen (Service are indentifiable, intangible activities that are the main object of a transaction design to provide want satisfaction to konsumen). Selain produk, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Suatu kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan layanan yang sepadan dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian guna mengimbangi harapan para pelanggan (Indrasari, 2019). Oleh karena itu, pelanggan akan memilih layanan yang memberikan nilai maksimal bagi mereka sehingga dapat memberikan kepuasan yang maksimal pula. Nilai dapat diartikan sebagai rasio antara manfaat yang didapat atau diberikan dengan biaya yang harus dibayar. Maka tugas perusahaan adalah membuat para pelanggan merasakan manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, maka standar kualitas pelayanan yang tinggi diperlukan dalam hal ini. Dan salah satu usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan bagi para pelanggan yang dimiliki oleh pemerintah ialah PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di Kota Probolinggo tepatnya di Jalan Tanjung Tembaga Timur No. 10 Probolinggo yakni perusahaan yang bergerak di bidang jasa kepelabuhan yang memiliki pelayanan antara lain layanan barang, layanan kapal dan layanan rupa-rupa. Adapun tujuan utama dari PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan melalui pelayanan jasa kepelabuhan, serta untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu pelayanan yang diberikan haruslah berkualitas dan harus optimal. Kualitas jasa yang telah diberikan oleh PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo dalam memuaskan para pelanggannya menimbulkan respon dari mereka yang telah menggunakan jasa pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Menurut Tjiptono (2019) menyatakan bahwa "Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya". Produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo masih belum efektif. Beberapa fenomena yang terjadi pada pelayanan PT Pelabuhan Indonesia



(Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo seharusnya produktivitas pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo cukup baik dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sebagaimana diatas seharusnya memberikan persepsi yang positif bagi kepuasan pelanggan dan untuk memutuskan menggunakan produk PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Namun pada faktanya kondisi beberapa produk (properti) mengalami kerusakan sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan. PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo juga menyadari bahwa pelayanan kepelabuhan merupakan syarat utama sebagai ujung tombak dari bisnis atau usaha tersebut. Seperti perusahaan jasa pada umumnya, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendukung pencapaian target perusahaan dan tentunya didukung dengan program pengembangan karyawan yang efektif. Namun pada kenyataannya, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo masih memiliki banyak kekurangan, seperti dari hasil prasurvei yang dilakukan peneliti di kantor PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo bahwa pelanggan sering gagal dalam menemui staff kasir guna untuk membayar biaya administrasi pas tahunan pelanggan dikarenakan karyawan sering keluar kantor mengurus hal lain, alhasil pelanggan harus kembali lagi ke kantor untuk membayar administrasi tersebut. Hal tersebut juga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Rumusan Masalah

Adakah pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo?. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo?

2. TELAAH PUSTAKA

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide (Irawan, 2022). Menurut Daud (2018), indikator dari produk terdiri dari : keanekaragaman produk (produk variety), kualitas produk (quality), rancangan produk (design), ciri-ciri produk (features), merek produk (brand name), kemasan produk (packaging), tingkat pelayanan (service), garansi (warranties), ukuran produk (size), pengembalian (return).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat



memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Indrasari, 2019). Menurut Indrasari (2019) indikator kualitas pelayanan antara lain : keandalan (reability), kesadaran (awareness), perhatian (attention), ketepatan (acuracy).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan keperluan pelanggan dipenuhi suatu pelayanan dapat dinilai memuaskan bila ia dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan harapannya (Arianto, 2022). Menurut Lusiah, dkk (2019) indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut : overall satisfaction (kepuasan keseluruhan), confirmation of expectation (konfirmasi harapan), comparison of ideal (perbandingan yang ideal).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2022) menyatakan bahwa ada yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap terbentuknya kepuasan nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain-lainnya. Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wardhana dan Sitohang (2021) yang menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Ismail dan Yusuf (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara positif serta signifikan oleh kualitas pelayanan yang diberikan di Kantor Indihome Gegerkalong Bandung. Perusahaan yang menggeluti di bidang jasa yang produknya tidak berwujud untuk mengetahui tingkat kepuasan pada pelanggan dapat dilakukan memberikan kualitas pelayanan dengan prima kepada pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Fadillah dan Haryanti (2021) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. Pelayanan dinyatakan berkualitas jika konsumen merasakan lebih dari yang diharapkan. Selain itu kualitas pelayanan mempunyai komponen yang dapat mempengaruhi konsumen antara lain kualitas teknis yaitu kualitas yang diterima oleh konsumen sebenarnya, dan kualitas fungsional yaitu bagaimana konsumen mendapatkan hasil teknis yang diterima. Tetapi penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprillia dan Rizal (2022) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh. Artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo.



H2: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo.

3. METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Sedangkan pendekatan yang digunakan peneliti ialah menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sujarweni, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa pelabuhan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo yang berstatus aktif dan yang berdomisili di wilayah Probolinggo yang berjumlah 134 pelanggan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling yakni simple random sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2021). Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 57 pelanggan (responden). Pada penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yakni berupa skala pengukuran. Dan skala pengukuran yang digunakan yakni Skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Duli, 2019). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu berupa kuesioner (angket) yang dibagikan kepada para pelanggan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari tanggapan responden dalam penyebaran kuesioner kepada para pelanggan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Sedangkan data sekunder berupa gambaran umum pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo, nama-nama para pelanggan, data lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Untuk menganalisis data yang didapatkan dari hasil penelitian ini, maka pengujian dengan menggunakan IBM SPSS 24 dengan melakukan uji data sebagai berikut : a) validitas, b) reliabilitas, c) asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas), d) analisis regresi berganda, e) analisis determinasi, f) pengujian hipotesis (uji t).



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	X1 r hitung	X2 r hitung	Y r hitung	r table 5%	Keterangan
1	0,638	0,779	0,789	0,2609	Valid
2	0,676	0,710	0,785	0,2609	Valid
3	0,679	0,481	0,550	0,2609	Valid
4	0,697	0,667	0,682	0,2609	Valid
5	0,757	0,761	0,699	0,2609	Valid
6	0,499	0,516	0,594	0,2609	Valid
7	0,503	0,716	-	0,2609	Valid
8	0,708	0,565	-	0,2609	Valid
9	0,761	-	-	0,2609	Valid
10	0,748	-	-	0,2609	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung variabel produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai lebih besar dari rtabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukuran variabel produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini valid. Uji validitas untuk masing-masing item menunjukkan nilai yang berada di atas nilai rtabel yaitu sebesar 0,2609.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha 0,60	Keterangan
Produk	0,861	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,811	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,776	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai Cronbach Alpha variabel yang digunakan lebih dari 0,6 maka reliability dapat diterima. Untuk nilai variabel X1 memiliki nilai Cronbach Alpha 0,861 > 0,80 maka reliabilitas kuat, untuk nilai variabel X2 memiliki nilai Cronbach Alpha 0,811 > 0,80 maka reliabilitas kuat, dan untuk nilai variabel Y memiliki nilai Cronbach Alpha 0,776 > 0,70 maka reliabilitas mencukupi.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Model Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
1 0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari hasil pengujian normalitas dengan melihat tabel one Sample Kolmogorov Smirnov di atas menunjukkan bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,005 atau 0,200 > 0,005 maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.



Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig	Ketentuan	Keterangan
Produk	0,116	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,572	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari hasil Uji Glejser di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Produk yaitu 0,116 dan variabel Kualitas Pelayanan yaitu 0,572. Dapat disimpulkan bahwa variabel Produk dan Kualitas Pelayanan lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	VIF	Ketentuan	Keterangan
Produk	1,912	> 10	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	1,912	> 10	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari hasil data di atas dapat diketahui nilai Variance Inflation Factor (VIF) kedua variabel yaitu Produk dengan nilai VIF 1,912 dan Kualitas Pelayanan dengan nilai VIF 1,912. Nilai tersebut diatas 10% atau 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Ketentuan	Keterangan
1	1,998	D-W diantara -2 dan +2	Tidak Autokorelasi

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari hasil uji autokorelasi pada tabel di atas, diperoleh nilai Durbin-Watson yaitu 1,998. Karena nilai angka D-W diantara -2 dan +2 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	1,590	
Produk	0,153	Hubungan Positif
Kualitas Pelayanan	0,511	Hubungan Positif

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

$$Y = 1,590 + 0,153X_1 + 0,511X_2$$

Nilai konstanta sebesar 1,590 yang artinya jika produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilainya adalah 0 maka kepuasan pelanggan nilainya adalah 1,590. Koefisien regresi variabel produk (X_1) sebesar 0,153 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan produk mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami



kenaikan sebesar 0,153. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara produk dengan kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,511 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,511. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Keterangan
1	0,747	74,7% berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Persentase pengaruh variabel independen (produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 0,747 atau 74,7% yang artinya variasi variabel yang digunakan dalam model (produk dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan sebesar 74,7% variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya 25,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

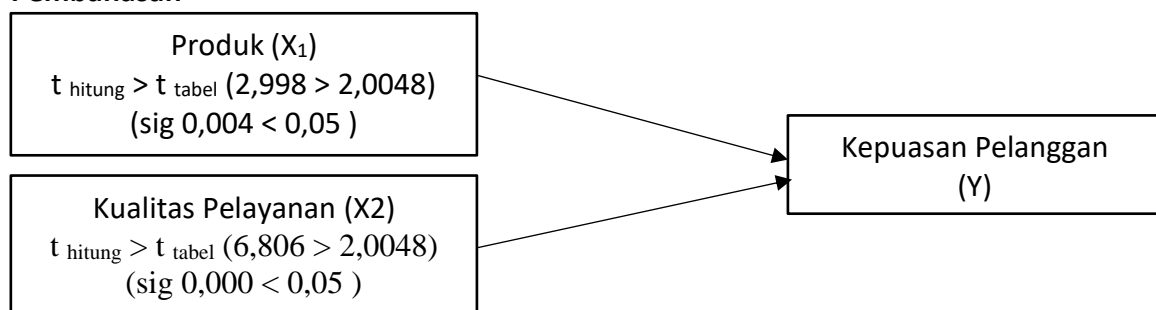
Tabel 9. Hasil Uji t (uji parsial)

Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
Produk	0,004	< 0,05	Berpengaruh
Kualitas Pelayanan	0,000	< 0,05	Berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Pengaruh produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh angka signifikan sebesar 0,004 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel produk terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh angka signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan



Gambar 1. Hasil Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah, 2023



Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo ke para pelanggan sesuai dengan standar yang diinginkan dan yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irawan (2022) yang berjudul “Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada KSPPS Bina Syariah Ummah Kabupaten Lamongan” yang menyatakan bahwa Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terbentuknya kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang ditawarkan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo ke para pelanggan sudah baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh para pelanggan. PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo juga berusaha memberikan pelayanan dengan semaksimal mungkin agar para pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diperolehnya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fadillah dan Haryanti (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima” yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima.

5. KESIMPULAN

Variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 3 Subregional Jawa Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo. Dan saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah judul penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan objek atau perusahaan lain yang lebih besar. Begitupun juga dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Aprillia, F., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Advance Digital. FAIR VALUE Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 4(3), 1715–1729.



- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran* (N. Tilova, ed.). Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baru. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174–183. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Fadhillah, F., & Haryanti, I. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 125–139. <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1457>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Irawan, M. R. N. (2022). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada KSPPS Bina Syariah Ummah Kabupaten Lamongan. *Ecopreneur*. 12, 5(1), 67–74.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/13MzmfgyayT1luFL3pQC5to0-yw9MXWVh/view>
- Lusiah, Noviantoro, D., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213–226. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Edisi Kedu; Sutopo, ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sunyoto, D. (2019). *DASAR-DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Terbaru; A. Diana, ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan Pada warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–19.