

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION OF TRIANGLE FLOUR PRODUCTS AT PT KARYA BOGA SARI ABADI PEKANBARU

Jeny Armila¹, Pamuji Hari Santoso^{2*}, Ria Darmasari³

^{1,2,&3}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Email: Pamuji.hari@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality, product quality and customer experience on customer satisfaction. The population used by the author is the customer of PT Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru. based on the slovin formula, the sample in the study amounted to 100 people from all customers using the accidental sampling method. Data analysis in this study used multiple linear regression. Based on the results of the study explained service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction, product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction and customer experience has a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keyword : Service Quality; Product Quality; Customer Experience; Customer Satisfaction

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK TEPUNG SEGITIGA DI PT KARYA BOGA SARI ABADI PEKANBARU

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan customer experience terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan oleh penulis adalah pelanggan dari perusahaan PT Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru. berdasarkan rumus slovin maka sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang dari seluruh pelanggan dengan metode accidental sampling. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan customer experience memiliki

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Customer Experience; Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Sebagian besar konsumsi tepung terigu di Indonesia digunakan pada industri bakery. Sehingga dapat dilihat bahwa tepung cukup menjadi bahan utama masyarakat di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari berubahnya tren gaya hidup masyarakat yang kini berkembang sehingga membuat masyarakat lebih suka mengonsumsi berbagai produk bakery yang lebih praktis dan terlihat modern dan yang paling membutuhkan tepung. Hal ini menjadikan peluang dalam bisnis ini terbuka lebar.

Sehingga bisnis tepung merupakan salah satu bisnis yang selalu berjalan aktif tanpa berhenti, karena dimana-mana setiap bakery ataupun restoran semua melakukan proses pengolahan melalui bahan dasar tepung sampai di rumah tangga tepung juga menjadi sebuah pelopor utama di setiap dapur rumah tangga. sehingga banyak pelaku usaha yang tertarik untuk turut serta bersaing dalam menjalankan bisnis ini. Banyaknya merek perusahaan tepung yang beroperasi menjadikan persaingan tidak dapat dihindarkan. Hal ini menjadikan semakin beragamnya.

PT. Karya Boga Sari Bogasari merupakan perusahaan yang bergerak di industri pangan. Yang beralamat di JL. Arengka 2, Pekanbaru. Bogasari menghasilkan berbagai tepung terigu untuk menghasilkan kebutuhan pangan. Pabrik yang beroperasi pada 29 November 1971 ini memiliki bermacam-macam merek utama yakni Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru. Merek tersebut tentu sudah tidak asing terutama bagi Anda yang aktif di dapur. Persaingan masa ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Tabel 1. Data Target dan Realisasi dari Tahun 2017 – 2021.

Tahun	Target penjualan dalam satuan sak (Per Tahun)	Tepung (dalam satuan sak)					Capaian dalam satuan sak (PerTahun)	Realisasi (%)
		Danau	Payung	Segitiga	Cakra	Lencana		
2017	117.600	74.500	-	27.10	7.000	3.000	108.900	92%
2018	120.000	71.850	-	22.00	9.300	2.500	105.650	88%
2019	120.000	106.20	4.370	24.01	9.050	7.280	150.910	125%
2020	120.000	78.200	-	24.00	14.000	9.000	116.200	96%
2021	130.000	80.200	2.100	20.00	14.500	9.900	126.700	97%

Sumber : PT Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat penjualan tepung tertinggi di tahun 2019 hampir mencapai target sebanyak 150.910/sak dengan pencapaian 125%, penjualan terendah pada tahun 2018 sebanyak 105.650/sak dengan pencapaian 88%.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudian disesuaikan dengan layanan yang akan disediakan oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan selalu berusaha menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan (n (Al-Tit, 2015; Mulfi n.d.) Menurut (Hindarsah 2012)

mendefinisikan “Kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap excellence (keterandalan) dan sales counter yang dilakukan oleh konsumen.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Customer experience diperoleh melalui keseluruhan atau reaksi pembeli dan perilaku selama semua siklus membeli sesuatu mulai dari meminta produk hingga selanjutnya membeli sesuatu Pengalaman pelanggan sebagai pengakuan mental atau wawasan memperkuat inspirasi pelanggan. Pengalaman merupakan sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tepung Segitiga di Pt Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru (Jeny Armila, Pamuji Hari Santoso, dan Ria Darmasari)

Kepuasan Pelanggan “kepuasan pelanggan adalah proses evaluasi pasca pembelian, ketika produk/jasa yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan (Hindarsah 2012). Menurut (Hindarsah 2012) berpendapat kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasabiasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin pelanggan akan merasa kecewa). Sebaliknya, apabila unjuk kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat.

Berdasarkan paparan latar belakang, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan produk tepung di PT. Boga Sari Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan atau kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan yang merasa puas berkemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut (Hindarsah 2012) kepuasan adalah respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli.

Menurut (Rondonuwu, 2013), Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu (1) Terpenuhinya harapan konsumen, (2) Sikap atau keinginan menggunakan produk, (3) Merekomendasikan kepada pihak lain, (4) Kualitas layanan, (5) Loyal, (6) Reputasi yang baik dan (7) Lokasi

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut (Lupiyoadi 2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Menurut (Tjiptono dan Chandra 2012) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (1) *Tangibles* (bentuk fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekstensinya kepada pihak eksternal., (2) *Reability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya., (3) *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas, (4) *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, koresponden, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan dan (5) *Empathy* (perhatian yang tulus) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupa memahami keinginan konsumen, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Kualitas Produk

Menurut (Tjiptono dan Chandra 2012) mengatakan bahwa produk adalah apa aja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Menurut (Tjiptono dan Chandra 2012) mrngatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Didalam mengembangkan sebuah produk, perusahaan harus menentukan kualitas atau mutu yang akan mendukung posisi produk itu di pasaran.

Menurut (Kotler dan Keller dalam (Cahyani & Sitohang 2006) indikator pada kualitas produk yaitu (1) Bentuk, mencakup ukuran, wujud, atau struktur fisik produk, (2) Fitur, ciri-ciri produk yang menjadi komplemen fungsi dasar produk, (3) Kinerja, yaitu tingkatan dimana ciri khas utama produk bekerja dengan baik, (4) Kesan kualitas, yaitu merupakan hasil yang berasal dari penilaian penggunaan yang tanpa sadar dilakukan pada saat menggunakan, karena adanya kemungkinan konsumen tidak mengerti dengan produk yang berkaitan atau kurangnya informasi dengan produk yang digunakan, (5) Ketahanan, ukuran daya tahan sebuah produk yang merupakan ciri penting untuk produk tertentu, (6) Keandalan, adalah yaitu suatu produk memiliki kemampuan berupa ketahanan produk tidak akan mengalami kegagalan atau kerusakan dalam jangka waktu tertentu, (7) Gaya, mewujudkan wujud penampilan produk dan variasi produk kepada konsumen dan (8) Desain, adalah keseluruhan fitur yang meliputi tampilan, rasa, dan kegunaan produk berdasarkan harapan dan kebutuhan pelanggan

Costumer Experience

Experience adalah ketika seorang pelanggan mendapatkan sensasi atau pengetahuan yang dihasilkan dari beberapa tingkat interaksi dengan berbagai elemen yang diciptakan oleh penyedia layanan. Sensasi atau pengetahuan yang didapat tersebut akan secara otomatis tersimpan dalam memori pelanggan (Muhamad Iqbal Azhari Dahlan Fanani M. Kholid Mawardi 2015) Experience adalah kejadian yang dialami secara pribadi ketika merespon beberapa stimuli (seperti ketika diberikan usaha pemasaran sebelum dan setelah pembelian).

Menurut (Rageh et al 2021) adapun indikator dari Customer Experience adalah sebagai berikut (1) *Sense* (Panca Indra), (2) *Feel* (Perasaan), (3) *Think* (Cara Berpikir), (4) *Act* (Tindakan) dan (5) *Relate* (Hubungan)

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik adalah kunci bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan ekspresi senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja atau hasil produk yang didapat. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan menumbuhkan citra positif terhadap perusahaan.

Definisi kualitas pelayanan menurut Atmaja (2018) adalah “Bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya”. Dalam penelitian (Sulaeman and Dosen 2018) menyatakan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satunya, hal ini karena pada bisnis jasa sejenis restoran, Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan Kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat Kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan.

Pelanggan akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik (Kotler dan Armstrong, 2018). Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Penelitian yang dilakukan oleh (Haryanto 2013), Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut

H₂: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh customer experience terhadap kepuasan pelanggan

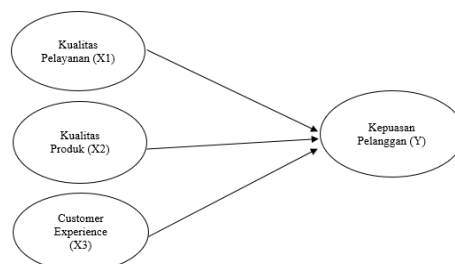
Customer experience adalah penciptaan kepuasan konsumen melalui pengalaman. Jadi, titik bertumpu kepada produk akhir dari suatu produk atau pelayanan. Oleh karena itu, customer experience adalah soal memahami gaya hidup konsumen dan melebarkan pandangan pemasar dari produk ke proses konsumsi. Evaluasi pengalaman konsumen tergantung pada perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja perusahaan.

Customer experience sebagai interpretasi seorang konsumen terhadap interaksi total konsumen tersebut dengan sebuah merek. Pada penelitian (Usma 2021) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan dan Customer Experience memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

H₃: Customer experience berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Sumber: Data Olahan (2022)

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tepung Segitiga di Pt Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru (Jeny Armila, Pamuji Hari Santoso, dan Ria Darmasari)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran**METODE PENELITIAN****Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan oleh penulis adalah pelanggan dari perusahaan PT Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru. berdasarkan rumus slovin maka sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang dari seluruh pelanggan dengan metode accidental sampling.

Analisis Operasional Variabel**Tabel 2. Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Kualitas pelayanan (X1) (Tjiptono dan Chandra 2012)	- Tangibles (bentuk fisik) - Reability (keandalan) - Responsiveness (ketanggapan) - Assurance (jaminan dan kepastian) - Empathy (perhatian yang tulus)	- Perusahaan selalu menyediakan bentuk fisik dari tepung segitiga - Layanan customer di PT Karya boga sari abadi selalu memberikan produk dengan tepat waktu dan akurat - Pelayanan administrasi cepat dan tepat - Jaminan dan kepatian sudah sesuai harapan - Karyawan memberikan perhatian yang dan tanggapan yang baik dan tulus kepada pelanggan
2.	Kualitas produk (X2) (Kotler dan Keller dalam Cahyani & Sitohang 2006)	- Bentuk - Ketahanan - Keandalan - Kemudahan perbaikan - Gaya - Desain	- Tepung segitiga selalu mencakupi ukuran yang pas dan wujud yang bagus - Tepung segitiga dari PT karya boga sari abadi memiliki daya tahan yang lama - Tepung segitiga dari PT karya boga sari abadi tidak akan mengalami kerusakan dalam jangka waktu tertentu - PT karya boga sari abadi memberikan retur produk jika produk gagal atau tidak dapat digunakan Kembali - PT karya boga sari memiliki berbagai variasi tepung - Tepung segitiga selalu memiliki tampilan yang bagus
3.	Customer experience (X3) (Rageh et al 2021)	- Sense (panca indra) - Feel (perasaan) - Think (cara berpikir) - Act (tindakan) - Relate (hubungan)	- Packaging tepung segitiga memiliki warna yang tepat - Karyawan PT karya boga sari abadi selalu bersifat ramah kepada pelanggan - Pelanggan mendapat nilai tambah (value) dengan pengambilan produk berjumlah banyak - PT karya boga sari memberi kunjungan untuk pelanggan - boga sari memiliki hubungan yang baik kepada pelanggan
4.	Kepuasan Pelanggan (Y) (Rondonuwu, 2013)	- Terpenuhinya kepuasan konsumen - Sikap atau keinginan menggunakan produk - Merekomendasikan kepada pihak lain - Kualitas layanan - Loyal - Reputasi yang baik - Lokasi	- Pelanggan puas dengan produk tepung PT karya boga sari abadi - Pelanggan selalu mendapatkan informasi lisan yang baik terhadap tepung terigu - Pelanggan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada kerabat - Keinginan konsumen selalu mengimbangi harapan - Pelanggan selalu loyal terhadap tepung dari PT karya boga sari abadi - PT karya boga sari merupakan perusahaan yang dikenal banyak orang - Lokasi perusahaan sangat mudah dijumpai

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif yang merupakan data yang dikumpulkan dalam bentuk angka, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner / angket yang akan dilakukan dan berhubungan

dengan masalah yang akan diteliti. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara, angket dan studi pustaka

Teknik Analisa Data

Uji Pendahuluan

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan nilai *Corrected Item Total Correlation* atau nilai r hitung harus berada diatas 0,3. Hal tersebut dikarenakan jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,3, berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji reliabilitas merupakan Adapun pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak kesamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji glejser adalah (1) Jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas dan (2) Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data terjadi heteroskedastisitas.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah anatara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besarnya koefisien determinasi dalam suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independent Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek dan Harga terhadap variabel dependent Keputusan Pembelian.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Ghazali (2018) mengemukakan. Persamaan garis regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Parsial (Uji T). Uji T (*t-test*) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Uji T hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut (1) H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$ dan (2) H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* dilakukan dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tepung Segitiga di Pt Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru (Jeny Armila, Pamuji Hari Santoso, dan Ria Darmasari)

ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Berikut adalah hasil dari Uji *Kolmogorov Smirnov* :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	.818
Asymp. Sig. (2-tailed)	.516

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk variabel profitabilitas (Y) adalah sebesar dengan 0,818 an *Asymp. Sig (2 tailed)* 0,516 diatas 0,05, artinya data terdistribusi normal. Sehingga data sampel baik dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel independen digunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan *Tolerance*. Batas dari *Tolerance Value* adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan	.362	2.765	Terbebas dari Multikolinieritas
Kualitas Produk	.384	2.602	Terbebas dari Multikolinieritas
Customer Experience	.800	1.249	Terbebas dari Multikolinieritas

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Dari tabel 4 diatas, terlihat bahwa VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel dalam penelitian ini menunjukkan angka lebih kecil dari 10. Hal ini berarti variabel-variabel pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Suatu data dapat dikatakan tidak mengandung heterokedasitas jika tingkat signifikannya lebih besar dari tingkat kepercayaan yaitu 5 %. Tabel 11 adalah hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Signifikan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	.544	Terbebas dari Heteroskesdastisitas
Kualitas Produk	.705	Terbebas dari Heteroskesdastisitas
Customer Experience	.186	Terbebas dari Heteroskesdastisitas

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 2023

Berdasarkan Tabel 5 Uji Heterokedastisitas dengan metode Gletser diperoleh nilai nilai signifikan yang dihasilkan pada masing – masing variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskesdastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.880 ^a	.774	.767

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Dari tabel 6 memperlihatkan nilai koefisien determinasi nilai adjust R Square sebesar 76,7% menjelaskan kualitas pelayanan, kualitas produk dan *customer experience* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sementara sisanya 23,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

Uji Signifikansi Koefisien Secara Simultan (Uji F)

Untuk uji signifikansi pengaruh simultan sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	109,894	.000 ^a	2,70	Berpengaruh Simultan Dan Signifikan

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Dari hasil pengujian secara simultan, diperoleh hasil F hitung (109,894) > F tabel (2,70) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi berganda digunakan untuk menggambarkan model hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikatnya. Persamaan regresi ini memuat nilai konstanta atau *intercept* nilai koefisien regresi atau *slope* dan variabel bebasnya. Berdasarkan hasil penelitian, persamaan dalam analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

Tabel 8. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Keterangan
	B	Std. Error	
(Constant)	7.942	1.241	
Kualitas Pelayanan	.624	.088	Berpengaruh Positif
Kualitas Produk	.208	.068	Berpengaruh Positif
Customer Experience	.251	.068	Berpengaruh Positif

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Uji Hipotesis

Rumus pengambilan t tabel dengan nilai signifikansi sebesar 5% adalah T tabel = 1,972. Dengan kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian adalah sebagai berikut (1) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima dan (2) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak

Tabel 9. Uji Hipotesis Parsial

Model	T	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	7.090	.000	Berpengaruh Positif dan Signifikan
Kualitas Produk	3.043	.003	Berpengaruh Positif dan Signifikan
Customer Experience	3.701	.000	Berpengaruh Positif dan Signifikan

Sumber : Data Olahan SPSS 2023

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis deskriptif mengenai kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,56 dan masuk dalam katagori baik, hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan. Nilai rata – rata tertinggi mengenai pelayanan administrasi cepat dan tepat serta jaminan dan kepatian sudah sesuai harapan. Sementara nilai rata – rata terendah mengenai layanan customer di PT Karya boga sari abadi selalu memberikan produk dengan tepat waktu dan akurat. Sedangkan hasil pengujian hipotesis pertama, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk terpuung Segitiga di PT. Karya Boga Sari Abadi di Pekanbaru.

Kualitas pelayanan yang baik adalah kunci bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan ekspresi senang atau kecewa yang

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tepung Segitiga di Pt Karya Boga Sari Abadi Pekanbaru (Jeny Armila, Pamuji Hari Santoso, dan Ria Darmasari)

timbul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja atau hasil produk yang didapat. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan menumbuhkan citra positif terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Asep Sulaeman 2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hal yang sama juga dijelaskan dalam penelitian (Ratna Komala 2019), yang menjelaskan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan dalam penelitian (Ratna Komala 2019) menjelaskan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis deskriptif mengenai kualitas produk memiliki nilai rata-rata 3,38 dan masuk dalam kategori cukup baik, hal ini menjelaskan sebuah produk yang memiliki kualitas dapat memberikan rasa puas kepada konsumennya maka kualitas produk menjadi hal penting dalam meningkatkan kepuasan. Nilai rata – rata tertinggi mengenai tepung segitiga selalu mencakupi ukuran yang pas dan wujud yang bagus. Sementara nilai rata – rata terendah mengenai pernyataan PT Karya Boga Sari memiliki berbagai variasi tepung. Sedangkan hasil pengujian hipotesis kedua, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk tepung Segitiga di PT. Karya Boga Sari Abadi di Pekanbaru.

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satunya, hal ini karena pada bisnis jasa sejenis restoran, Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan Kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat Kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryanto 2013), kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasil yang sama dalam penelitian Afina dan Hastuti (2018) menjelaskan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan dalam penelitian (Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin 2020) menjelaskan kualitas produk tidak signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis deskriptif mengenai kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,67 dan masuk dalam kategori baik, hal ini menjelaskan bahwa dengan semakin baiknya pengalaman terhadap sebuah produk atau jasa maka dapat mendorong tumbuhnya rasa puas dari seorang pelanggan. Nilai rata – rata tertinggi mengenai pacjaging tepung segitiga memiliki warna yang tepat. Sementara nilai rata – rata terendah mengenai PT Karya Boga Sari memberi kunjungan untuk pelanggan. Sedangkan hasil pengujian hipotesis ketiga, *customer experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk tepung Segitiga di PT. Karya Boga Sari Abadi di Pekanbaru.

Customer experience adalah penciptaan kepuasan konsumen melalui pengalaman. Jadi, titik bertumpu kepada produk akhir dari suatu produk atau pelayanan. Oleh karena itu, customer experience adalah soal memahami gaya hidup konsumen dan melebarkan pandangan pemasar dari produk ke proses konsumsi. Evaluasi pengalaman konsumen tergantung pada perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja perusahaan. Experience adalah ketika seorang pelanggan mendapatkan sensasi atau pengetahuan yang dihasilkan dari beberapa tingkat interaksi dengan berbagai elemen yang diciptakan oleh penyedia layanan. Sensasi atau pengetahuan yang didapat tersebut akan secara otomatis tersimpan dalam memori pelanggan. Customer experience sebagai interpretasi seorang konsumen terhadap interaksi total konsumen tersebut dengan sebuah merek.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Usma 2021) menyatakan *customer experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasil yang sama juga dijelaskan dalam penelitian (Andi Awira Samosir 2018) yang menjelaskan *customer experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dalam penelitian (Kenny Febrina Salim dan Catherine ; Dra. Fransisca Andreani 2021) yang menjelaskan *customer experience* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan (1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk tepung Segitiga di PT. Karya Boga Sari Abadi di Pekanbaru, (2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk tepung Segitiga di PT. Karya Boga Sari Abadi di Pekanbaru. (3) *Customer experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk tepung Segitiga di PT. Karya Boga Sari Abadi di Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat penulis berikan mengenai hasil penelitian adalah bagi akademis (1) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber bacaan yang dapat menambah pengetahuan, terutama mengenai manajemen pemasaran dan (2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber dan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan judul yang sama sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik. sedangkan bagi praktisi (1) Bagi pelaku usaha, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan rasa puas dari setiap pelanggannya dengan memberikan pelayanan dan kualitas dari produk yang ditawarkan kepada pelanggannya dan (2) Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan masukan bagi pemilik usaha untuk memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan terhadap pelayanan dan produk untuk memberikan rasa puas.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 6(1): 72–78.
- Andi Awira Samosir, Halimatussaddiah Marpaung. 2018. "Pengaruh Harga Dan Customer Experience Bfc Fried Chicken Mutiara Kisaran." 1.
- Atmaja (2018) *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kafe Kongbox di Jalan DR. Mansyur Medan..* Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, Medan.
- Asep Sulaeman. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cakrawala Citramega." *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan* 6(1): 125–45.
- Cahyani & Sitohang 2006. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5.
- Ghozali, Imam. 2006. "Uji Validitas & Uji Reliabilitas."
- Haryanto, Resty Avita. 2013. "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonalds™ Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(4): 1465–73.
- Hindarsah. 2012. "PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut Ini Data Penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 Dibawah Ini : Data Jumlah Penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan / Complaint Tahun Ketepata." 2(2): 115–29.
- Kenny Febrina Salim dan Catherine ; Dra. Fransisca Andreani, M.M. 2021. "No Title." : 322–40.
- Kotler dan Armstrong, 2018. *Principles of Marketing*. Jilid 1, Edisi 3. New Jersey : Prentice Hall.
- Lupiyoadi 2013. *Management Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Muhamad Iqbal Azhari Dahlan Fanani M. Kholid Mawardi 2015
- n (Al-Tit, 2015; Mulfi, 2018). "YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." 5(2): 238–53.
- Rageh et al 2021. *Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*, hlm 322-340.
- Ratna Komala, Evi Selvi. 2019. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. POS INDONESIA (PERSERO) (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Tenggarong)." *Jurnal Gerbang Etam Balitbangda* 13(2): 59.
- Rondonuwu, 2013. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4, Desember 2013, hal 718-728.
- Tjiptono dan Chandra 2012. *Strategy Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Usma, Esha Rahmadhi. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Good Fella Coffe & Kitchen Tanjung Morawa." *Managemen* 1(1): 10–29.