

Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Afrah Grafika Padangsidimpuan

Ersad Muhammad Al Fatih¹, Sienny²
Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia
E-mail: ersyad1808@gmail.com

Article History:

Received: 26 April 2025

Revised: 14 Mei 2025

Accepted: 13 Juni 2025

Keywords:

Pengaruh
Kualitas Produk, Pelayanan,
kepuasan Pelanggan

Abstract: Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Kepuasan pelanggan menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha. Dalam mendapatkan kepuasan pelanggan maka harus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dimana produk yang dihasilkan harus mampu memenuhi harapan konsumen dan memiliki fungsi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Selain kualitas produk hal yang tidak kalah penting yaitu kualitas pelayanan yaitu bagaimana cara kita dalam menjamu para pelanggan, bagaimana kecepatan dan daya tanggap kita terhadap kemauan dari konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di Percetakan Afrah Grafika yang berlokasi di jalan Perintis Kemerdekaan No.66 Padang Matinggi, Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara, Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2024 sampai dengan Desember 2024. Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Afrah Grafika Padangsidimpuan sebagai berikut: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Afrah Grafika Padangsidimpuan. Artinya Hipotesis 1 dapat diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Afrah Grafika Padangsidimpuan. Artinya Hipotesis 2 dapat diterima. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Afrah Grafika Padangsidimpuan. Artinya Hipotesis 3 dapat diterima.

PENDAHULUAN

Usaha percetakan menjadi salah satu bisnis yang dimana keberadaannya semakin banyak ditemukan. Fenomena yang terjadi pada saat ini yaitu semakin banyak percetakan offset di Padang Sidempuan yang menawarkan berbagai macam keunggulan agar jasa dan produknya dapat dipilih untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga menjadi kompetitor bagi percetakan “Afrah Grafika Padang sidempuan”.

Berdasarkan pengamatan dari penulis, banyak pelanggan yang tertarik untuk melakukan pemesanan karena beberapa keunggulan yang dimiliki oleh percetakan “Afrah Grafika Padang Sidempuan” seperti, harga yang murah, bahan yang berkualitas, serta pelayanan yang ramah. Tetapi selain memiliki kelebihan, percetakan “Afrah Grafika Padang Sidempuan” juga memiliki beberapa kekurangan yaitu, terbatasnya tenaga kerja, pelayanan yang diberikan kurang cepat respon, terkadang pesanan tidak selesai sesuai tanggal yang telah di janjikan oleh percetakan kepada pelanggan, masih banyak hasil cetakan yang warnanya kurang sesuai dengan warna desain dari pelanggan, serta finishing dari produk yang dihasilkan terkadang kurang rapi.

Untuk meningkatkan daya saing usaha percetakan maka perlu memperhatikan beberapa aspek saala satunya yaitu meliputi kepuasan pelanggan dimana kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan kinerja produk dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Kepuasan pelanggan dapat didorong oleh beberapa faktor yaitu meliputi: Menurut (Yani Dahliani et al, 2021), kualitas suatu produk ditentukan oleh kapasitasnya untuk memberikan outcome atau kinerja yang melebihi harapan pelanggannya. kualitas produk menjadi komponen utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Produk berkualitas tinggi dapat memenuhi harapan pelanggan, dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Sebaliknya, jika menerima produk tidak memuaskan, pelanggan lebih cenderung merasa kecewa.

Selanjutnya itu ialah kualitas dari pelayanan dimana Menurut (Pratama et al., 2019), bahwa kualitas pelayanan ialah standar tingkatan dari keunggulan yang dapat diharapkan dan bagaimana tingkat standar tersebut dikelola untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut (Muafatun et al., 2022), Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berhubungan langsung dengan komoditas, jasa dan sumber daya manusia. Selain itu, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan.

Dengan demikian peneliti memberikan data penjualan percetakan Afrah Grafika untuk hasil yang lebih spesifik sesuai dengan fenomena yang terjadi di percetakan tersebut.

Bulan (2023)	Print dan Fotocopy	Baliho/ Spanduk	Penjilitan Buku dan Stempel	Jumlah produk terjual
Januari	673	323	205	1.201
Februari	621	305	180	1.106
Maret	561	288	177	1.046
April	533	281	173	987
Mei	481	270	167	918
Juni	467	263	150	880
Juli	384	220	126	730
Agustus	329	201	112	642
September	244	175	103	522
Oktober	198	134	84	416
November	187	127	72	386
Desember	122	112	54	288
Total				9.122

Tabel 1.1 Data Penjualan Percetakan Afrah Grafika Pada Bulan Januari – Desember

Berkaitan dengan adanya keluhan dari para pelanggan yang cukup tinggi tersebut, percetakan Afrah Grafika Padang Sidempuan mengalami penurunan sales dimana berdasarkan data jumlah barang dan jasa yang terjual dalam hitungan pcs Percetakan Afrah Grafika Padangsidempuan yang mengalami penurunan dari Awal tahun 2023 hingga akhir tahun 2023.

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah bentuk produk ini sesuai dengan ekspektasi anda	90,2%	9,8%
2	Apakah produk ini menawarkan keistimewaan yang tidak ada ditemukan di produk lain	80,5%	19,5%
3	Apakah bentuk produk ini memudahkan anda untuk menggunakannya	33,6%	66,4%
4	Apakah anda merasa bahan yang digunakan dalam produk ini berkualitas tinggi	32,8%	67,2%
5	Apakah anda merasa desain produk ini modern dan up to date	56,4%	43,6%

Tabel 1.2 Prasurvey Kualitas Produk Percetakan Afrah Grafika

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 5 pertanyaan tersebut yang 9 mempengaruhi menurunnya kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tingginya persentase jawaban tidak. 90,2% responden merasa bentuk produk sesuai dengan ekspektasi mereka, menunjukkan bahwa desain bentuk sudah memenuhi harapan mayoritas konsumen. 80,5% responden percaya produk ini memiliki fitur unik yang tidak ditemukan di produk lain. Hanya 33,6% responden merasa produk mudah digunakan, sementara 66,4% merasa tidak, menandakan bahwa desain produk mungkin kurang ergonomis. 67,2% responden merasa bahan produk tidak berkualitas tinggi, menunjukkan adanya kekhawatiran mengenai material yang digunakan. 56,4% responden menganggap desain produk modern dan up-to-date, tetapi 43,6% merasa desain tersebut tidak sepenuhnya mengikuti tren terkini

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda merasa puas dengan bentuk layanan yang diberikan perusahaan	33,3%	66,7%
2	Apakah Anda merasa produk/layanan kami dapat diandalkan sesuai dengan janji yang diberikan	32,3%	67,7%
3	Apakah tim kami cepat dalam merespons kebutuhan atau permintaan Anda	33,6%	66,4%
4	Apakah Anda merasa percaya diri dengan jaminan yang diberikan oleh tim kami	50%	50%
5	Apakah Anda merasa bahwa tim kami memahami kebutuhan yang anda perlukan	44,8%	55,2%

Tabel 1.3 Prasurvey Kualitas Pelayanan Percetakan Afrah Grafika

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat di simpulkan bahwa dari 5 pertanyaan tersebut yang 10 mempengaruhi menurunnya kualitas pelayanan dapat dilihat pada tingginya persentase jawaban tidak. 66,7% responden merasa produk tidak memenuhi standar estetika yang diharapkan. 33,3% merasa desain produk sesuai dengan ekspektasi estetika. Desain produk perlu perbaikan untuk memenuhi harapan estetika mayoritas pengguna. 67,7% responden merasa produk kurang memperhatikan kebutuhan spesifik mereka. 32,3% merasa produk cukup memperhatikan kebutuhan mereka. Produk perlu disesuaikan agar lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi individu pengguna. 66,4% responden merasa produk tidak selalu memenuhi ekspektasi mereka. 33,6% merasa produk konsisten dalam memenuhi harapan mereka. Ada kekurangan

dalam konsistensi pemenuhan ekspektasi, memerlukan peningkatan untuk konsistensi produk. 50% responden merasa produk cepat dalam memenuhi kebutuhan mereka. 50% merasa sebaliknya. Persepsi tentang responsivitas produk terbagi, menunjukkan ketidakpastian mengenai kecepatan produk dalam memenuhi kebutuhan pengguna. 55,2% responden merasa produk tidak memberikan jaminan kinerja yang memadai. 44,8% merasa produk memberikan jaminan yang memadai. Perlunya peningkatan dalam jaminan kinerja dan komunikasi tentang kualitas produk untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi usaha percetakan untuk menjaga supaya pelanggan tetap puas maka usaha percetakan harus selalu meningkatkan kualitas produk dan juga kualitas pelayanan mereka karena kedua hal tersebut merupakan aspek yang sangat penting. Oleh sebab itu penulis tertarik dalam melakukan penelitian PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN AFRAH GRAFIKA PADANG SIDIMPUAN.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan dan diterima setelah pemakaian jasa. Menurut (Fatihudin, 2019), harapan sering dinyatakan sebagai titik acuan (point of reference) perbandingan antara apa yang dirasakan dengan yang diharapkan. Jika harapan tidak sesuai, maka pelanggan akan kecewa dan kemungkinan pindah ke produk jasa pesaing. Oleh karena itu sangat penting artinya bagi perusahaan untuk mengetahui harapan pelanggan dalam penyampaian pelayanan yang berkualitas. Harapan pelanggan merupakan hubungan erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi suatu produk, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan atau standar.

Pride dan Ferrell dalam (Sangadji, Etta Mamang, 2013), mengemukakan faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ke dalam tiga bagian, yaitu: faktor pribadi yang meliputi demografi, faktor situasional, dan tingkat keterlibatan. Selanjutnya itu ada faktor psikologi dimana terdiri dari motif, persepsi, kemampuan dan pengetahuan, sikap, serta kepribadian. Dan yang terakhir yaitu faktor sosial yang meliputi peran dan pengaruh keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, budaya.

Adapun beberapa indikator dari kepuasan konsumen menurut Tjiptono dalam 19 (Meithiana, 2019), diantaranya yaitu: Melakukan pembelian ulang: a. Kesesuaian Harapan b. Minat Kunjung kembali. c. Ketersediaan Merekomendasikan

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha dimana jika produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus tentu hal tersebut menjadi citra yang positif bagi perusahaan dan tentu konsumen akan merasa puas dalam menggunakan produk atau jasa kita.

Menurut (Kotler Phillip & Lane, 2016), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan yang disebutkan atau kebutuhan tersirat. Agar produk yang dihasilkan tersebut mempunyai kualitas sesuai dengan harapan konsumen maka perusahaan harus melakukan pengendalian terhadap kualitas dan menghindari banyaknya produk yang cacat ikut terjual ke pasar. Menurut (Kotler & Amstrong,

2018), menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki dimensi pengukuran yang digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen yang terdiri dari aspek-aspek berikut : 1. Kinerja Performance 2. Ciri-ciri atau keistimewaan 3. Keandalan (Reability) 4. Konfirmasi (Conformance) 5. Daya Tahan.

Menurut (Kotler Philip, 2017), kualitas produk ialah keunggulan suatu produk akan memakai manfaat, melingkupi ketahanan, ketrampilan, kemampuan, keluasan proses dan pembaruan serta simbol bernilai lainnya. Menurut (Kotler Philip, 2017), terdapat beberapa lima indikator kualitas produk yang terdiri dari: 1. Bentuk (Form), bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk. 2. Fitur (Features), fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk 3. Penyesuaian (Customization), pemasar dapat mendiferensiasikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan 4. Kualitas kinerja (Performance Quality), tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah. 5. Kualitas kesesuaian (Conformance Quality), tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

Kualitas Pelayanan

Selain kualitas produk hal yang tidak kalah penting yaitu kualitas pelayanan yaitu bagaimana cara kita dalam menjamu para pelanggan, bagaimana kecepatan dan daya tanggap kita terhadap kemauan dari konsumen sehingga konsumen merasakan nyaman dan terpenuhi keinginannya. Menurut (Fandy Tjiptono, 2017), mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

(Fandy Tjiptono, 2019), mengemukakan bahwasanya pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu service operations yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (back office atau backstage) dan service delivery yang biasanya tampak (visible) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula front office atau frontstage). Menurut T (Fandy Tjiptono, 2019), ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu: 1. Bukti fisik (tangibles) 2. Keandalan (reliability), 3. Daya tanggap (responsiveness) 4. Jaminan/keyakinan (assurance) 5. Empati (emphaty).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Percetakan Afrah Grafika yang berlokasi di jalan Perintis Kemerdekaan No.66 Padang Matinggi, Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara, Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2024 sampai dengan Desember 2024

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013), Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Padangsidempuan yang berkunjung ke percetakan Afrah grafika. Berdasarkan hal tersebut, maka

peneliti menggunakan teknik sampel penelitian yang ditentukan secara nonprobability sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019), Sampel dalam penelitian ini adalah Percetakan Afrah Grafika 40 Padangsidempuan. karena tidak dapat di pastikan jumlah pengunjungnya maka peneliti menentukan sampel berdasarkan siapa saja pelanggan yang berkunjung ke Percetakan Afrah Grafika Padangsidempuan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability 60 Sampling

Variabel Penelitian

a) Variabel Bebas(Independent Variable)

Menurut (Sugiyono, 2017), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini penulis menggunakan dua variabel independen untuk diteliti:

1. Kualitas Produk (X1)
2. Pelayanan (X2)

b) Variabel Terikat (Dependent Variable)

Menurut (Sugiyono, 2017), Variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini penulis menggunakan satu variabel dependent untuk diteliti yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)

Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalha sebagai berikut:

Observasi

Teknik observasi ini digunakan sebagai pengumpulan data oleh peneliti untuk studi pendahuluan agar menemukan data permasalahan yang harus diteliti.

Wawancara

Teknik wawancara ini digunakan sebagai pengumpulan data oleh peneliti untuk studi pendahuluan agar menemukan permasalahan yang harus diteliti.

Kuisiонер

(Sugiyono, 2019), menyatakan bahwa kuesiонер dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesiонер merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan serangkaian metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepustakaan yaitu melalui buku, jurnal, internet, penelitian terdahulu, maupun sumber lain yang relavan dengan topik penelitian yang dilakukan.

Instrumen Penelitian

Uji instrumen merupakan cara peneliti untuk mengukur semua variabel yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisiонер atau angket. Penelitian ini menggunakan alat ukur skala likert dengan 5 skala pengukuran, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RR), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Uji Validasi

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan product moment:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana:

Rxy = Nilai Korelasi Product Moment

n = Jumlah Sampel

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat Variabel Bebas

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Variabel Terikat

Uji Reabilitas

Pengukuran reabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan alpha Cronbach, yaitu sebagai berikut:

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

R11 = Reliabilitas Angket

K = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians Butir

σt^2 = Varian Total

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Distribusi data tidak normal karena terdapat nilai ekstrem data yang diambil.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan Variance dari suatu residual pengamatan kepengamatan lainnya.

Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Erlina, 2013). Untuk mengetahui ada atau tidak ada nya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan VIF (Variabel inflation factor) melalui aplikasi SPSS.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Imam Ghazali, 2018). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen sedangkan variabel bebasnya adalah Kualitas Produk dan kualitas pelayanan. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Nilai Konstanta
 β_1 : Koefisien regresi variabel Kualitas Produk
 x_1 : Kualitas Produk
 β_2 : Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan
 x_2 : Kualitas Pelayanan
e : Standar eror

Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji F adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) secara simultan. Untuk pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung $>$ F tabel dengan tingkat kepercayaan 5% atau p-value $<$ 0,05 maka H_a diterima dan hal ini menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Penelitian ini menggunakan analisis koefisien determinasi, dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian

Percetakan Afrah Grafika merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan perusahaan yang berlokasi di Jalan Perumahan Griya Sarina regency, Jl. Perintis Kemerdekaan No.66, Padang Matinggi, Kec. Padangsidempuan Sel., Kota Padang Sidempuan. Diawali dengan niat dan pengalaman di bidang percetakan Bapak Rudy Bram Pribady Siagian mulai merintis usahanya. Pengalaman tersebut diperoleh dari pengalaman bekerja sebagai pegawai negeri sipil di salah satu kantor instansi milik negara. Awal mula berdirinya percetakan ini adalah dimana pada saat itu beliau memiliki usaha Foto Copy di kantor tersebut. Dalam mencari supplier beliau hanya mengandalkan beberapa orang yang dikenal. Pada saat itu hanya 3 supplier yang bersedia 28 menyediakan bahan baku untuk proses produksi. Beliau hanya mengambil barang ketika terjadi pesanan, sehingga tidak ada persediaan bahan baku di gudang. Diawal berdirinya perusahaan, karyawan yang bekerja hanya berjumlah 3 orang yang tugas dalam proses produksi. Untuk meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan maka pesanan-pesanan tersebut diantar sendiri oleh beliau.

Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah orang yang minimal 1 kali pernah berkunjung ke Percetakan Afrah Grafika padangsidempuan baik itu melakukan cetak, fotocopy, spanduk dan lain sebagainya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 orang responden. responden berdasarkan jenis kelamin yang pernah melakukan transaksi di Percetakan Afrah Grafika Padangsidempuan minimal 1 kali melakukan cetak, fotocopy, spanduk dan lain sebagainya didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 73% sedangkan sisanya perempuan sebesar 27%. Identifikasi responden berdasarkan usianya diketahui bahwa dari 130 responden sebesar 23% atau sebanyak 30 responden berusia 18-20 tahun, 43% atau sebanyak 56 responden berusia 21-30 tahun, 28% atau sebanyak 36 responden berusia 31-40 tahun, 15% atau sebanyak 20

responden berusia 41-50 tahun, dan 21% atau sebanyak 21 responden berusia > 51 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diolah, responden yang berada di Percetakan Afrah Grafika Padangsidimpuan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori pekerjaan. Dari total 130 responden, pekerjaan yang paling mendominasi adalah pengusaha dengan persentase sebesar 41%. Pekerjaan sebagai ibu rumah tangga (IRT) menempati posisi kedua dengan persentase 30%, diikuti oleh karyawan swasta sebesar 25%. Sementara itu, pekerjaan sebagai mahasiswa memiliki persentase 19%, dan guru sebesar 15%.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas angket digunakan rumus korelasi Product

Moment dan untuk menguji reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pengujian validitas dan juga reliabilitas angket menggunakan SPSS 25 for windows. Angket penelitian ini dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf = 0,05. Maka perlu dilakukan uji coba terhadap instrument penelitian kepada 30 orang sampel dengan menggunakan teknik korelasi product moment. Untuk dapat mengetahui validitas angket dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan = 0,05 dan $df - 2 = 30 - 2 = 28$ sebesar 0,361.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kualitas Produk (X_1)

Tabel 4.7

Hasil Uji Variabel Persepsi Kualitas Produk (X_1)

No.	r hitung	r tabel	Validitas
1.	0,703	0,361	Valid
2.	0,529	0,361	Valid
3.	0,603	0,361	Valid
4.	0,518	0,361	Valid
5.	0,518	0,361	Valid
6.	0,799	0,361	Valid
7.	0,493	0,361	Valid
8.	0,497	0,361	Valid
9.	0,555	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai rhitung menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel Persepsi Kualitas Produk (X_1) dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 9 item pernyataan tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach*, dinyatakan hasilnya sebagai berikut.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items

0,740	9
-------	---

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 9 item pernyataan variabel Kualitas Produk (X_1) tersebut adalah reliabel dikarenakan $\alpha \text{ cronbach's} > r_{\text{tabel}}$ dimana $0,740 > 0,361$.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Tabel 4.9
Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

No.	r hitung	r tabel	Validitas
1.	0,544	0,361	Valid
2.	0,558	0,361	Valid
3.	0,598	0,361	Valid
4.	0,610	0,361	Valid
5.	0,511	0,361	Valid
6.	0,562	0,361	Valid
7.	0,540	0,361	Valid
8.	0,642	0,361	Valid
9.	0,409	0,361	Valid
10.	0,486	0,361	Valid
11.	0,534	0,361	Valid
12.	0,612	0,361	Valid
13.	0,517	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,799	13

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai rhitung menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dapat dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 13 item pernyataan tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach*, dinyatakan hasilnya sebagai berikut.

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 13 item pernyataan variabel

Kualitas Pelayanan (X_2) tersebut adalah reliabel karena $\alpha_{cronbach's} > r_{tabel}$ dimana $0,799 > 0,361$. Berdasarkan pada tabel di atas, nilai r hitung menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dapat dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 13 item pernyataan tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach*, dinyatakan hasilnya sebagai berikut. Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 13 item pernyataan variabel Kualitas

Pelayanan (X_2) tersebut adalah reliabel karena $\alpha_{cronbach's} > r_{tabel}$ dimana $0,799 > 0,361$.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari perhitungan dengan program SPSS 25.0 for windows didapatkan hasil uji validitas dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	r hitung	r tabel	Validitas
1.	0,549	0,361	Valid
2.	0,500	0,361	Valid
3.	0,550	0,361	Valid
4.	0,530	0,361	Valid
5.	0,515	0,361	Valid
6.	0,746	0,361	Valid
7.	0,541	0,361	Valid
8.	0,618	0,361	Valid
9.	0,617	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai r hitung menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dikatakan valid dikarenakan sudah memenuhi syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa 9 item pernyataan tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian.

Hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach*, dinyatakan hasilnya sebagai berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
---------------------	------------------

0,737	9
-------	---

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 9 item pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tersebut adalah reliabel karena $\alpha \text{ cronbach's} > r_{\text{tabel}}$ dimana $0,737 > 0,361$. Mengetahui validitas angket dilakukan dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan = 0,05 dan $df - 2 = 30 - 2 = 28$ sebesar 0,361.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas Kolmogorof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56796442
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.038
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.172
	99% Confidence Interval	Lower Bound .162
		Upper Bound .181

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

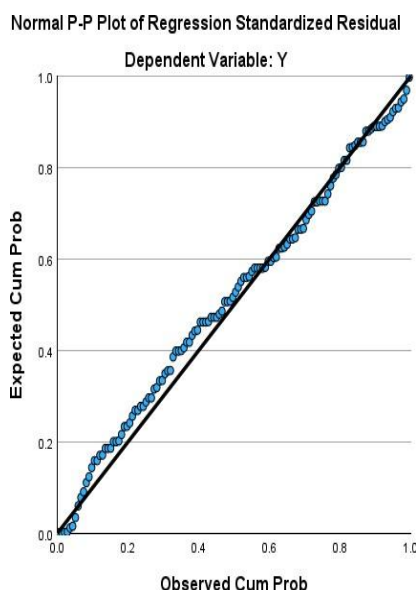
Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal. Hal ini dilihat dari hasil perhitungan uji KolmogorofSmirnov sebesar 0,181 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diketahui semua data berdistribusi normal.

Untuk mendeteksi normalitas data juga dapat dilihat melalui output grafik kurva normal p-plot of Regression Standardized Residual, suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi

dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

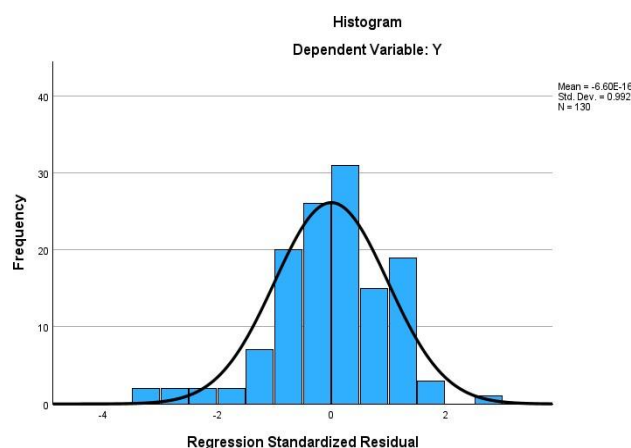
Gambar 1. Normal P-Plot of Regression Standarized Residual



Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS for windows version 25.0 dapat dilihat dalam grafik P-plot. Pada grafik tersebut menunjukkan bahwa titik menyebar disekitar diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal. Uji normalitas juga ditunjukkan pada grafik histogram sebagai berikut:

Gambar 2. Histogram Regression Standarized Residual



Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan gambar histogram di atas, diketahui bahwa distribusi data membentuk kurva seperti lonceng yang tidak melenceng ke kiri ataupun ke kanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah berdistribusi

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

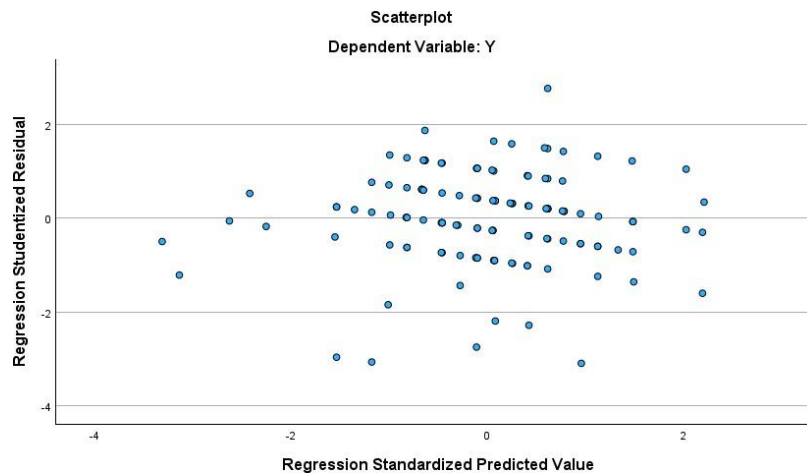
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics Toleran ce VIF	
		B	Std. Error	Beta				
1	(Consta nt)	13.914	3.237		4.298	<,001		
	X1	.177	.062	.241	2.849	.005	.997	1.003
	X2	.086	.044	.165	1.951	.053	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel di atas diperoleh nilai tolerance sebesar 0,997 yang dimana $0,997 > 0,10$ sehingga dapat dikatakan bahwa model ini tidak terjadi multikolinearitas. Selain itu dapat dilihat dari hasil nilai VIF sebesar yang dimana $1.003 < 10$, sehingga dapat dikatakan bahwa model ini tidak terjadi multikolinearitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Gambar 4.3 memiliki grafik Scatter Plot dengan pola titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol dan tidak mengumpul pada suatu titik. Penyebaran juga tidak membentuk suatu pola, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan heteroskedastisitas.

4.2 Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.914	3.237		4.298	<,001
	X1	.177	.062	.241	2.849	.005
	X2	.086	.044	.165	1.951	.053

Coefficients^a

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Dari tabel output diatas menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 13,914 + 0,177X_1 + 0,086X_2 + e$$

Persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

¹. Nilai konstan 13,914 artinya jika Kualitas Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) sebesar 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) adalah bernilai sebesar 13,914.

². Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X₂) adalah sebesar 0,086 artinya apabila Kualitas Pelayanan (X₂) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,086 atau apabila Kualitas Pelayanan (X₂) yang diberikan konsumen sebelumnya baik maka dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.914	3.237		4.298	<,001
	X1	.177	.062	.241	2.849	.005
	X2	.086	.044	.165	1.951	.053

Coefficients^a

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

1. Pada variabel Kualitas Produk (X₁) diperoleh t_{hitung} sebesar 2.849 dengan demikian $t_{hitung} >$

t_{tabel} dimana $2.849 > 1.656$ dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ yang berarti hipotesis 1 diterima dan teruji kebenarannya secara statistik pada taraf $\alpha = 5\%$. Dengan demikian menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padang Sidempuan.

2. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 1.951 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $1.951 > 1,656$ dengan nilai signifikan $0,053 < 0,05$ yang berarti hipotesis 2 diterima dan teruji kebenarannya secara statistik pada taraf $\alpha = 5\%$. Dengan demikian menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padang Sidempuan.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.383	2	15.691	6.283	.002 ^b
	Residual	317.148	127	2.497		
	Total	348.531	129			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6.283 dan nilai signifikan adalah 0,002 hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $6.283 > 3,07$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, dimana secara bersama- sama Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padang Sidempuan.

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	.090	.076	1.580

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Kuesioner yang diolah (2025)

Pada hasil tabel tersebut dapat diketahui bahwa koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah

nilai R square sebesar 0.090.

Besarnya nilai koefisien sama dengan 09.0% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 99% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil

1. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padang Sidempuan**
Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa jika t_{hitung} sebesar 4.298 > t_{tabel} sebesar 1.656 dengan signifikan $0,005 < 0,05$. Maka hipotesis menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.
2. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padang Sidempuan**
Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa jika t_{hitung} sebesar 1.951 > t_{tabel} sebesar 1.656 dengan signifikan $0,053 < 0,05$. Maka hipotesis menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.
3. **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padang Sidempuan**
Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 6.283 dan F_{tabel} sebesar 3,07 dengan signifikan 0.002. Maka hipotesis menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padangsidempuan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padangsidempuan. Artinya Hipotesis 1 dapat diterima.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kepuasan di Percetakan Arfah Grafika Padangsidempuan. Artinya Hipotesis 2 dapat diterima.
3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Arfah Grafika Padangsidempuan. Artinya Hipotesis 3 dapat diterima.

DAFTAR REFERENSI

- P Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694–701. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.523>

-
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arikunto, S. (2022). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Atmawati, W. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. Surakarta: Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS.
- Christine Manopo. (2011). *Competency Based Talent and Performance Management System*. Jakarta: Salemba Empat.
- Erlina. (2013). *Metodologi Penelitian*. Medan: USU Press.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*,. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2011). *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’S Good Coffee”. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. 79. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.3514>
- Fatihudin, F. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Feigenbaum, A. V. (2016). *Total Quality Control Engineering and Management*. New York: McGraw – Hill Book Company, INC.