



Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Karet Ribbed Smoked Sheet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero)

Analysis Of Product Quality And Service On Customer Satisfaction Level Of Ribbed Smoked Sheet Rubber Products PT. Plantation Nusantara III (Persero)

Muhammad Adlin Panjaitan, Retna Astuti, & K., E. Harso Kardhinata

Magister Agribisnis, Pascasarjana, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Kompetisi antar perusahaan saat ini sangat ketat, seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan wujud fisik, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan pada PT PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Perkebunan Nusantara III (PERSERO). Artinya, kualitas produk dan kualitas pelayanan di PT Perkebunan Nusantara III sangat baik.
Kata Kunci: Kualitas produk, kualitas layanan,kepuasan konsumen.

Abstract

Competition between companies is currently very tight, along with the development of science and technology. Consumers no longer buy products based solely on physical appearance, but also include all aspects of the service attached to the product. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at PT PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO). The type of research used is associative research with the method of Multiple Linear Regression analysis. The results showed that product quality and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT Perkebunan Nusantara III (PERSERO). This means that the product quality and service quality at PT Perkebunan Nusantara III are very good.

Keywords: Product quality, service quality, consumer satisfaction.

How to Cite: Panjaitan, M. A. Astuti, R. & Kardhinata, K. E. H. Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Karet Ribbed Smoked Sheet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero). *Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 5(1) 2023: 7-22,

PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan transaksi (transactional marketing) berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan (relationship marketing). Sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Kotler, 1994 dalam Hasan, 2006). Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Sumatera dikenal sebagai penghasil karet bermutu tinggi, lebih dari 38.000 hektar lahan karet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) diusahakan untuk menghasilkan karet kualitas terbaik di dunia. Mutu produk RSS-1, SIR-10 dan Lateks Pekat mampu menembus pasar Internasional. Seluruh produk karet PTPN III telah bersertifikat sehingga memenuhi spesifikasi yang sudah ditetapkan, mengacu pada SNI 1903 : 2000 – Standar Indonesia Rubber, yang selanjutnya diperbarui oleh Badan Standarisasi Nasional BSN melalui SNI 19003 : 2018 – Karet Spesifikasi Teknis. Pelanggan utama PT Perkebunan Nusantara III adalah perusahaan- perusahaan atau trader dengan prosedur pemasaran.

Prinsip pengolahan jenis karet RSS ini adalah mengubah lateks kebun menjadi lembaran-lembaran (sheet) melalui proses penyaringan, pengenceran, pembekuan, penggilingan serta pengasapan. Beberapa faktor penting yang memengaruhi mutu akhir pada pengolahan RSS diantaranya adalah pembekuan atau koagulasi lateks, pengasapan dan pengeringan.

Selama 4 tahun terakhir penjualan RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami penurunan yang cukup signifikan selama 5 tahun. Pada tahun 2016, RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami penurunan penjualan dari 2.647.104 kg menjadi 2.144.992 kg. Di tahun 2017, RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami kenaikan penjualan menjadi 2.314.343 kg. Di tahun 2018, RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami penurunan penjualan menjadi 1.866.000 kg, dan di tahun 2019 penjualan RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami kenaikan menjadi 2.001.754 kg.

Secara umum ada 2 jenis karet, yaitu karet alam dan karet sintetis. Setiap karet memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga keberadaannya saling melengkapi. Saat ini karet yang digunakan di industri terdiri dari karet alam dan karet sintetis. Kelebihan yang dimiliki karet alam adalah:

1. Memiliki daya lenting dan daya elastisitas yang tinggi.
2. Memiliki plastisitas yang baik sehingga pengolahannya mudah.
3. Mempunyai daya aus yang tinggi.

4. Tidak mudah panas (*low heat build up*) dan memiliki daya tahan yang tinggi terhadap keretakan (*groove cracking resistance*).

Proses pemasaran dan penjualan dari PT Perkebunan Nusantara III dilakukan dengan 2 (dua) cara. Pertama, PT Perkebunan Nusantara III mengirimkan produk beserta mutu dan spesifikasinya kepada PT Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (PT KPBN) sebagai perantara pemasaran (broker). Di kantor PT KPBN tersebut proses pelayanan terhadap para pembeli dilakukan. Penjualan dilakukan dengan cara lelang atau tender (auction) untuk kemudian ditentukan pembeli pemenang. Setelah kontrak pembelian ditandatangani, kewajiban PT Perkebunan Nusantara III adalah mengirimkan barang sesuai dengan permintaan pembeli. Pembeli yang adalah perusahaan/pabrik kemudian mengolah produk menjadi produk jadi lain atau PT KPBN Perusahaan menjual kembali produk dari PT Perkebunan Nusantara III. Kedua, PT Perkebunan Nusantara III dapat melakukan pemasaran dan penjualan langsung kepada pembeli melalui Divisi Pemasaran di Kantor Direksi. Proses pemasaran baik melalui PT KPBN maupun dilakukan PT Perkebunan Nusantara III langsung kepada pembeli, keduanya pasti melalui tahap pelayanan. Pelayanan berupa pemberian product knowledge kepada pembeli, kesesuaian layanan dengan kontrak, pelayanan dalam menyampaikan produk, sampai dengan penanganan keluhan pelanggan seandainya produk yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan permintaan pelanggan mengenai cacat produk, mutu yang tidak sesuai, dan lain-lain.

Karet adalah polimer hidrokarbon yang terkandung dalam lateks beberapa jenis tumbuhan. Sumber utama produksi karet dalam perdagangan internasional adalah para atau *Hevea brasiliensis* (suku Euphorbiaceae). Beberapa tumbuhan lain juga menghasilkan getah lateks dengan sifat yang sedikit berbeda dengan karet, seperti anggota suku ara - araan (misalnya beringin), sawo - sawoan (misalnya getah perca dan sawo manila), Euphorbiaceae lainnya, serta dandelion. Pada masa Perang Dunia II, sumber - sumber ini dipakai untuk mengisi kekosongan pasokan karet dari para. Sekarang, getah perca dipakai dalam kedokteran (guttapercha), sedangkan lateks sawo manila biasa dipakai untuk permen karet (chicle). Karet industri sekarang dapat diproduksi secara sintetis dan menjadi saingan dalam industri perkaretan. (Departemen Perindustrian, 2009) Karet merupakan bahan utama pembuatan ban, beberapa alat - alat kesehatan, alat - alat yang memerlukan kelenturan dan tahan guncangan.

Ada beberapa pengertian kualitas produk. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan *output* atau hasil dari salah satu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk, akan tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya. Penelitian ini ditujukan untuk mengukur kualitas produk karet pada perusahaan pengolahan karet alam PTPN III yang menggunakan empat dimensi yaitu (a) Kinerja produk (*performance to product*) meliputi pengolahan karet, penawaran mutu karet, pengiriman karet, (b) *Conformance to specification* meliputi sesuai dengan sifat

teknis dan sesuai dengan sistem mutu, (c) *Durability* meliputi kegunaan teknis dan kegunaan ekonomis, (d) *Serviceability* adalah kemampuan perusahaan dalam memuaskan konsumen antara lain dengan melayani dan menerima setiap keluhan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Tjiptono,2004:2).

Pelayanan juga diartikan dengan jasa. Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga, kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya (Jasfar,2005:47).

Faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah:

1. Timeliness
2. Apology
3. Redress
4. Facilitation
5. Credibility
6. Attentiveness

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Menurut teori Kotler dalam Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

1. *Re-purchase*: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth*: Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Menciptakan Citra Merek: Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama: Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Menurut Sugiyono (2010) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah

penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah:

Ho: Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada produk karet PT PTPN III jenis Ribed Smoke Sheet.

Ha: Kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT PTPN III jenis Ribed Smoke Sheet.

Dari latar belakang yang sudah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan pembelian produk *Ribbed Smoked Sheet* PT Perkebunan Nusantara III.

METODE PENELITIAN

Sugiyono (2009) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 45 perusahaan. Sehubungan dalam penelitian ini konsumen atau pembeli tetap produk karet PTPN III hanya berjumlah 45 perusahaan, sehingga seluruh pembeli tersebut adalah populasi yang dijadikan sebagai responden yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini untuk mengukur variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dan keputusan pembelian adalah dengan menggunakan Skala Likert, sebagai alat ukur untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi dari konsumen dalam hal keputusan pembelian produk yang mempengaruhi penjualan produk. Skala Likert menggunakan 5 (lima) tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 1. Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skala (+)	Skala (-)
1	Sangat setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Netral	3	3
4	Tidak setuju	2	4
5	Sangat tidak setuju	1	5

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah penjualan karet alam, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Mengingat penelitian ini lebih diarahkan pada pengujian kebenaran suatu hipotesis, menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif analisis. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama, kedua dan ketiga yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai suasana toko, kualitas layanan dan tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2011) merupakan suatu metode penelitian yang ditunjuk untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan

apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Sugiyono (2011) variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen/bebas (X), yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Y).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Rusiadi (2013), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan pola/bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Adapun alasan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif adalah karena dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya. Penelitian ini menganalisis kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2011) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2011:74). Sedangkan metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak, sehingga jumlah populasi seluruhnya menjadi sampel sebanyak 45 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Penelitian Lapangan merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data primer melalui:
 - a. Observasi. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai suasana perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di PT PTPN III.
 - b. Kuesioner (Angket), yaitu menyebarkan lembarisian pertanyaan kepada responden tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di PT PTPN III.
2. Studi Kepustakaan, yaitu mengumpulkan data atau teori pendukung melalui buku-buku tentang Manajemen Pemasaran tulisan ilmiah maupun catatan kuliah yang ada hubungannya dengan judul dan isi Tesis.

Menurut Haryanto dalam Rahmat (2012:33) kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai di dalam penelitian tersebut. Kualitas data penelitian ditentukan oleh instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk menghasilkan data yang berkualitas.

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian. Hasil penelitian yang valid adalah apabila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pernyataan adalah nilai Corrected Item Total Correlation atau nilai r hitung harus berada diatas 0.3. Hal ini 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 Sugiyono (2010:48).

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur semakin stabil pula alat pengukur tersebut, dan jika semakin rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak dengan menggunakan alpha cronbach. Kuesioner dikatakan reliabel jika alpha cronbach $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60.

Untuk mengetahui kelayakan model regresi berganda, maka akan dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar layak digunakan atau tidak.

Uji Normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka model regresi dianggap tidak valid dengan jumlah sampel yang ada Rusiadi (2014: 149). Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengujian satu sampel menggunakan pengujian satu sisi yaitu dengan membandingkan probabilitas dengan tingkat signifikansi tertentu yaitu apabila nilai signifikan atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal dan bila nilai signifikan atau probabilitas $> 0,05$, maka data terdistribusi secara normal.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value $> 0,10$ atau VIF < 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas Rusiadi (2014: 154).

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu model yang terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homokedastisitas Rusiadi (2014: 157). Selain itu pengujian heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji gelsje.

Untuk menganalisa data penulis menggunakan metode regresi linear berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat yang dibantu dengan menggunakan program SPSS. Analisis regresi linear berganda memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memasukkan lebih dari satu variabel yang ditunjukkan dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan (*Dependen Variable*)
X₁ = Kualitas Produk (*Independent Variable*)
X₂ = Kualitas Pelayanan (*Independent Variable*)
a = Konstanta
b = Koefisien Prediktor
 ϵ = Error Term/ Tingkat Kesalahan

Uji F menguji pengaruh simultan antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah:

- Terima Ho (tolak H_i), apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $\text{sig } F > \alpha$ 5%
- Tolak Ho(terima H_i), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $\text{sig } F < \alpha$ 5%

Rumus Uji F adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - 1 - K)}$$

Keterangan:

- R² = Koefisien korelasi berganda dikuadratkan
n = Jumlah sampel
K = Jumlah variabel bebas

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait dengan taraf signifikan 5%. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Ho : $\beta_1 : \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Ho : $\beta_1 : \beta_2 \neq 0$, ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_o diterima.
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_o ditolak (H_a diterima).

Rumus Uji t Syofian Siregar (2013:387) adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \text{ dengan } dk = n - 2$$

Keterangan:

- t = Uji pengaruh parsial
r = Koefisien korelasi
n = Banyaknya data

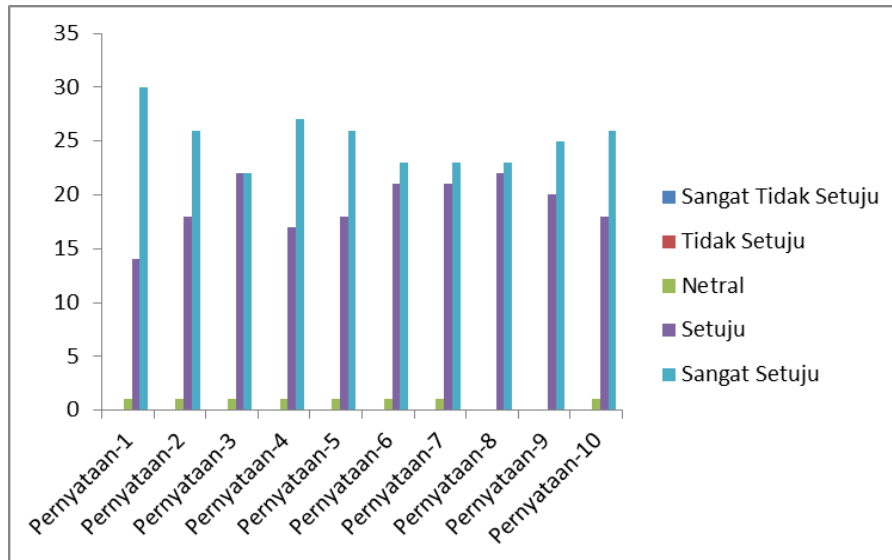
Pengujian Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Nilai R² yang semakin kecil mendekati nol menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, bila R² semakin besar mendekati 1 menunjukkan bahwa

variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$D = R^2 \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

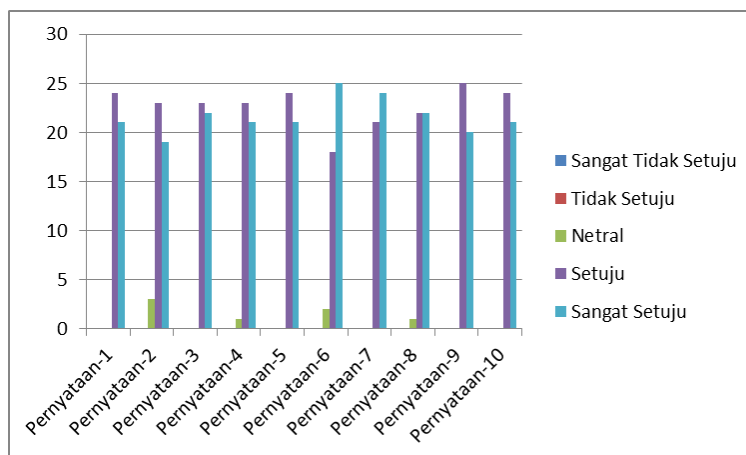
Kualitas Produk (X₁)



Gambar 1. Kualitas Produk (X₁)

Dari Gambar 1 sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju dalam masing-masing pertanyaan tentang kualitas produk. Artinya, kualitas *Ribbed Smoked Sheet* yang dijual oleh PT PTPN III sangat baik.

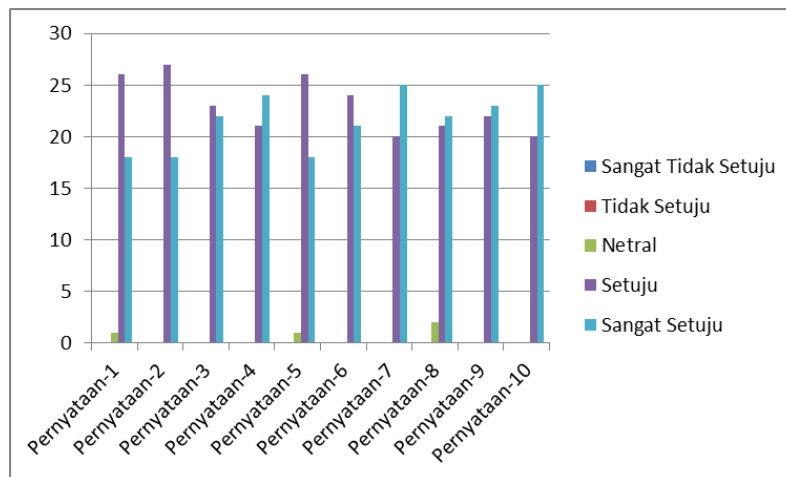
Kualitas Pelayanan



Gambar 2. Kualitas Pelayanan

Dari Gambar 2, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dalam masing-masing pertanyaan tentang kualitas produk. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT PTPN III umumnya sangat memuaskan para responden.

Kepuasan Pelanggan



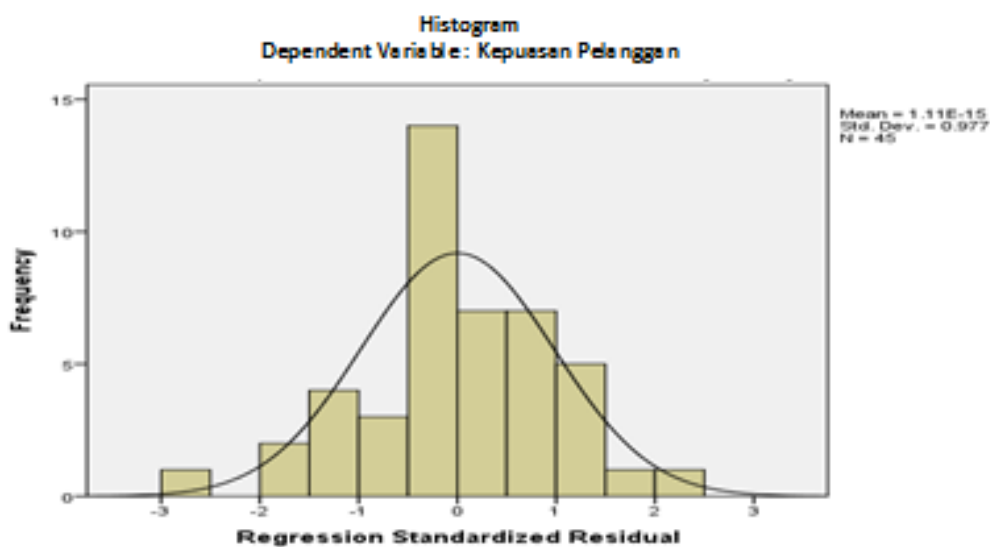
Gambar 3. Kepuasan Pelanggan

Dari Gambar 3 dan penjelasannya, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dalam masing-masing pertanyaan tentang kepuasan pelanggan. Artinya, sebagian besar responden mengaku puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT PTPN III.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

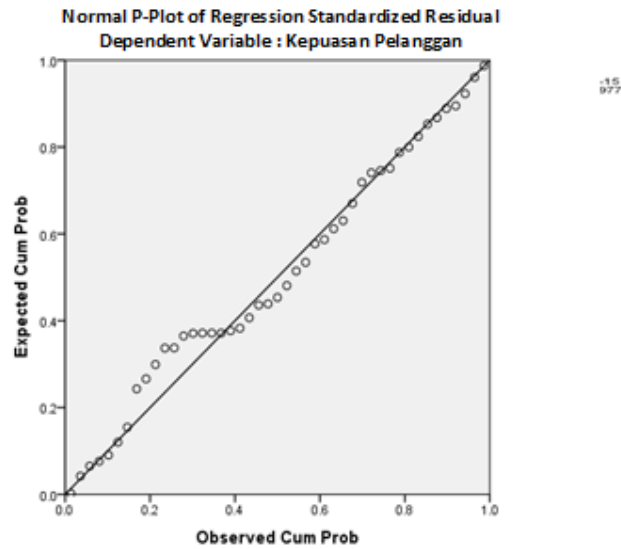
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu regresi, data terdistribusi normal atau tidak. Regresi yang baik ialah yang mengikuti atau mendekati distribusi normal. Hasil dapat dilihat pada gambar berikut ini dengan menggunakan Pendekatan Histogram Grafik:



Gambar 4. Uji normalitas

Histogram Uji Normalitas

Dari gambar di atas dapat dilihat dimana gambar histogram memiliki kecembungan seimbang ditengah, yang artinya dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal.



Gambar 5. Histogram Uji normalitas

Dari Gambar 5, dapat dilihat dimana gambar P-P Plot menunjukkan titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal, yang artinya dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Pada uji ini apabila Tolerance Value lebih tinggi daripada 0,1 (Tolerance > 0,1) atau Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10 (VIF < 10) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Model	Coefficients ^a				
	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kualitas Produk	.586	.492	.434	.841	1.189
Kualitas Pelayanan	.471	.319	.259	.841	1.189

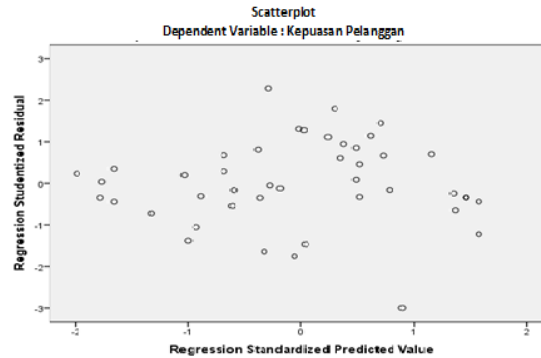
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 6. Uji Multikolinieritas

Dari Gambar 6 dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* untuk kedua variabel bebas lebih kecil dari 10 (VIF < 10) yaitu 1,189 < 10. dan nilai *Tolerance* > 0,1 yaitu 0,841 > 0,1. Hal itu menunjukkan bahwa persamaan regresi linier terbebas dari asumsi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu model yang memiliki varians sama maka dikatakan homoskedastisitas. Sedangkan jika varians berbeda maka dikatakan terjadi heterokedastisitas. Untuk melihat apakah terdapat kesamaan varians atau tidak dapat dilakukan pendekatan grafik sebagai berikut:



Gambar 7. Uji Heterokedastisitas

Dari gambar 7 *Scatterplot* yang disajikan di atas, dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas atau dengan kata lain variabel dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Model	Coefficients ^a				
	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kualitas Produk	.456	.492	.434	.841	1.189
Kualitas Pelayanan	.244	.319	.259	.841	1.189

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil penolahan data pada Tabel diatas pada kolom (*Unstandarised Coefficients*) bagian B diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 13,132 + 0,456X_1 + 0,244X_2$$

Pada persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Konstanta (a) = 13,132 artinya nilai tersebut menunjukkan besarnya Kepuasan Pelanggan (Y) jika variabel Kualitas Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) bernilai konstan = 0 atau tidak memberikan pengaruh.

Koefisien Regresi b₁X₁ (Kualitas Produk) = 0,456 artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga apabila Kualitas Produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,456.

Koefisien Regresi b₂X₂ (Kualitas Pelayanan) = 0,244 artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,244.

Uji Kesesuaian

a. Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.777	2	102.888	14.625	.000 ^b
	Residual	295.468	42	7.035		
	Total	501.244	44			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Gambar 9. Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan Gambar 9, hasil uji F hitung menunjukkan nilai Fhitung = 14,625 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan sebelumnya diketahui nilai Ftabel = 3,22. Dengan demikian Fhitung > Ftabel (14,625 > 3,22) dan tingkat signifikan (0,000 < 0,05) dengan hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X₁) dan Pembagian Kerja (X₂) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Oleh karena itu perlu dilanjutkan dengan uji parsial untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial atau individual dalam menerangkan variasi variabel terikat dengan taraf signifikan 5%. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Ho : $\beta_1 : \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Ha : $\beta_1 : \beta_2 \neq 0$, ada pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen
 - a. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka Ho diterima (Ha ditolak)
 - b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka Ha diterima (Ho ditolak)

Coefficients ^a					
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kualitas Produk	.456	3.667	.001	.841	1.189
Kualitas Pelayanan	.244	2.183	.035	.841	1.189

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 10. Uji T (Uji Parsial)

Dari Gambar 10 hasil uji t diketahui sebagai berikut:

1. Nilai hitung Kualitas Produk yaitu sebesar 3,667 > 2,000 ($n-2 = 45-2 = 43$ $\alpha = 5\%$) kemudian nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga H_a diterima H_o ditolak, artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Nilai hitung Pembagian Kerja yaitu sebesar 2,183 > 2,000 ($n-2 = 45-2 = 43$ $\alpha = 5\%$) kemudian nilai signifikan $0,035 < 0,05$ sehingga H_a diterima H_o ditolak, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1. Untuk menentukan keeratan hubungan atau korelasi antar variabel, berikut adalah nilai koefisien korelasi sebagai patokan:

- KK $\leq 0,20$ sangat rendah**
- KK $\leq 0,40$ rendah**
- KK $\leq 0,70$ sedang**
- KK $\leq 0,90$ kuat**
- KK $\leq 1,00$ sangat kuat**

Adapun nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Model Summary ^a										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.641 ^a	.411	.382	2.65235	.411	14.625	2	42	.000	1.876

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 11. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari Gambar 11, diperoleh nilai $R = 0,641$ yang artinya hubungan antara variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen

yaitu Kepuasan Pelanggan memiliki keeratan hubungan sedang. Nilai Adjusted R Square = 0,411 atau 41,1%, artinya variasi dari Kepuasan Pelanggan mampu dijelaskan sebesar 41,1% oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 58,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini, hasil dari analisis data yang telah dilakukan menjadi salah satu bukti bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 0,456 dan tingkat signifikan 0,001. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian - penelitian sebelumnya seperti Sahid (2017) dan Azima (2017) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk adalah sebagai sesuatu yang positif dan sesuatu yang baik, sehingga mampu memberikan sumbangan terhadap pekerjaan dalam arti lebih baik.

Berdasarkan pernyataan Purwanto (2014:83) Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hal tersebut Kualitas Produk merupakan cermin dari kondisi pegawai dalam lingkungan kerjanya dan ekspresi serta mental individu atau kelompok yang menunjukkan rasa senang dan bahagia dalam melakukan pekerjaannya, sehingga mampu bekerja secara lebih cepat dan lebih baik demi tercapainya suatu tujuan kelompok maupun organisasi.

Dari data yang diperoleh dari kuesioner menjelaskan bahwa RSS PT PTPN III memiliki Kualitas Produk yang baik dari segala aspek.

SIMPULAN

Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada konsumen PT PTPN III. Hal ini berarti kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada konsumen PT PTPN III. Hal ini berarti kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT PTPN III dengan tingkat korelasi sedang. Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan PT PTPN III karena menurut hasil kuesioner berpengaruh positif dan signifikan. Artinya dari segi pelayanan serta produk RSS yang dijual oleh PT PTPN III sangat baik sehingga memicu kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Babara Dalimunthe, M., Azwan, A., & L. Panggabean, E. (2017). Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Cabai (*Capsicum annum* L.) Terhadap Pemberian Pupuk Organik Pada Berbagai Media Tanam. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi dan Ilmu Pertanian*, 1(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.31289/agr.v1i1.1097>
- Bebas, w. (2017, februari 24). wikipedia indonesia. Diambil kembali dari wikipedia website: <https://en.wikipedia.org/wiki/bamar>
- Fandi Tjiptono. (1997). Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Andi: Yogyakarta

Muhammad Adlin Panjaitan, Retna Astuti K., E. Harso Kardhinata, Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Karet Ribbed Smoked Sheet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero)

- Hamonangan, A., Lubis, Z., & Rahman, A. (2014). Pengaruh Keterampilan Upah Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pt. Industri Karet Nusantara Medan. *Jurnal Agrica*, 8(1), 33-41. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v8i1.1058>
- Harahap, G., Harahap, F., & Pane, E. (2020). Model Pembangunan Pertanian Pola Interaksi dan Interdependensi dalam Memanfaatkan Fasilitas Pelayanan Sosial Ekonomi di Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Agriuma*, 2(1), 50-59. doi:<https://doi.org/10.31289/agr.v2i1.3512>
- Kasmir. (2004). Bank dan lembaga keuangan lainnya. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siregar, R., Tanjung, A., Salsabila, S., Siregar, A., Kabaekan, N., & Lubis, F. (2021). Pelayanan Penyuluh Pertanian Dan Kepuasan Petani Program System Rice Of Intensification (Sri) Di Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Agrica*, 14(1), 80-90. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v14i1.4436>
- Lawalata, M., & Imimpia, R. (2020). Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Produk Agroindustri Kelapa (Cocos Nucifera L.) Pada Perusahaan Wootay Coconut. *Jurnal Agrica*, 13(1), 66-80. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v13i1.3513>
- Nalu, F., Ledo, M., & Solle, H. (2021). Karakterisasi Produk Yoghurt Susu Nabati Kacang Arhila (Phaseolus lunatus L.). *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi dan Ilmu Pertanian*, 5(2), 144-151. doi:<https://doi.org/10.31289/agr.v5i2.4861>
- Nasution, M. N. (2004). Manajemen Mutu Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- prayitno, s. (2018). Penerapan 12 Tahapan Hazard Analysis And Critical Control Point (Haccp) Sebagai Sistem Keamanan Pangan Berbasis Produk Perikanan. *Jurnal Agrica*, 11(2), 79-92. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v11i2.1808>
- Rusiadi, dkk. (2013). Metode Penelitian, Manajemen Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel. Medan: USU Press.
- Sembiring, R. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas, Keragaman Produk Dan Lokasi Pasar Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Pertanian Di Pasar Tradisional Brastagi. *Jurnal Agrica*, 9(2), 107-116. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.541>
- Simarmata, O., Afifuddin, S., & Kardhinata, E. (2014). Analisis Faktor Kepemimpinan Kompensasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pada Pt. Industri Karet Deli Medan. *Jurnal Agrica*, 8(1), 17-32. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v8i1.1301>
- Sugiyono, (2013), Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Susetiyo, B., Afifuddin, S., & Ayu, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Karet Di Pt. Perkebunan Nusantara III (Persero). *Jurnal Agrica*, 9(1), 20 - 28. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v9i1.396>
- Susetiyo, B., Afifuddin, S., & Ayu, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Karet Di Pt. Perkebunan Nusantara Iii (Persero). *Jurnal Agrica*, 9(1), 20 - 28. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v9i1.396>