

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND EQUITY DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ALFA SCORPII

Demak Claudia Yosephine Simanjuntak¹, Pricelia Fensia², Velia Veronica³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia
Email korespondensi: claudiayoseph8@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu guna melihat pengaruh kualitas pelayanan, *brand equity* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii secara parsial dan simultan. Peluang Yamaha untuk mendominasi pasar di masa depan terbentang luas, karena Yamaha mengutamakan kualitas, kesempurnaan produk, inovasi tanpa henti, termasuk aspek pelayanan pada konsumen. Terdapat beberapa faktor konsumen termotivasi dalam memilih sepeda motor Yamaha. Dari hal kepuasan pelanggan bisa ditunjukkan dari fisik dari sepeda motor Yamaha ini seperti, *body* yang selalu menonjolkan bentuk *head lamp*, *stripping*, hingga *lekuk body*. Untuk itu Yamaha menyediakan *service* resmi Yamaha dengan tenaga teknisi yang memiliki pengetahuan dan kemampuan teknis sepeda motor yang telah terlatih dan teruji serta Yamaha juga menyediakan *spare parts* asli sepeda motor yang berkualitas dan harganya terjangkau oleh konsumen pada setiap *dealer* penjualan produk Yamaha.

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan PT Alfa Scorpii, Medan berjumlah 385 orang dan sampelnya dengan jumlah 71 orang pelanggan. Metode penelitian menerapkan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. *Brand equity* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Kualitas pelayanan, *brand equity* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii.

Kata Kunci : Pelayanan, *Brand Equity*, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to see the effect of service quality, brand equity and product quality on customer satisfaction at PT. Alpha Scorpio partially and simultaneously. Yamaha's opportunities to dominate the market in the future are broad, because Yamaha prioritizes quality, product excellence, continuous innovation, including aspects of customer service. There are several factors that consumers are motivated in choosing Yamaha motorcycles. In terms of customer satisfaction, it can be shown from the physical appearance of this Yamaha motorcycle, such as the body that always emphasizes the shape of the head lamp, stripping, and body curves. For this reason, Yamaha provides official Yamaha service with technicians who have the knowledge and technical skills of motorcycles that have been trained and tested and Yamaha also provides genuine motorcycle spare parts that are of high quality and affordable by consumers at every dealer selling Yamaha products.

The population in this study were customers of PT Alfa Scorpii, Medan

totaling 385 people and the sample with a total of 71 customers. The research method applies multiple linear regression analysis techniques. The result of the research is that service quality and product quality partially have no effect on customer satisfaction at PT. Alpha Scorpio. Brand equity partially affects customer satisfaction at PT. Alpha Scorpio. Service quality, brand equity and product quality simultaneously affect customer satisfaction at PT. Alpha Scorpio.

Keywords: *Service Quality, Brand Equity, Product Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kendaraan bermotor roda dua merupakan alat transportasi yang paling umum digunakan di Indonesia karena ukurannya yang ringkas sehingga sangat praktis digunakan pada dasarnya di kawasan padat lalu lintas, selain itu sepeda motor merupakan alat transportasi yang efisien dalam penggunaan bahan bakar dan perawatannya. Yamaha merupakan salah satu merek yang mendominasi pangsa pasar sepeda motor di Indonesia setelah Honda. Peluang Yamaha untuk mendominasi pasar di masa depan terbentang luas, karena Yamaha mengutamakan kualitas, kesempurnaan produk, inovasi tanpa henti, termasuk aspek pelayanan pada konsumen. Terdapat beberapa faktor konsumen termotivasi dalam memilih sepeda motor Yamaha. Dari hal kepuasan pelanggan bisa ditunjukkan dari fisik dari sepeda motor Yamaha ini seperti, *body* yang selalu menonjolkan bentuk *head lamp*, *stripping*, hingga *lekuk body*. Untuk itu Yamaha menyediakan *service* resmi Yamaha dengan tenaga teknisi yang memiliki pengetahuan dan kemampuan teknis sepeda motor yang telah terlatih dan teruji serta Yamaha juga menyediakan *spare parts* asli sepeda motor yang berkualitas dan harganya terjangkau oleh konsumen pada setiap *dealer* penjualan produk Yamaha.

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan puas jika harapannya terpenuhi. Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan menciptakan rasa puas pada konsumen, kepuasan tersebut mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan. *Brand equity* akan menciptakan nilai, baik kepada konsumen maupun kepada produsen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Suatu merek dapat dikatakan memiliki ekuitas yang tinggi, apabila merek tersebut berhasil membuat konsumen puas dan loyal. (Arifki dan Fullchis, 2018)

Permasalahan yang dihadapi adalah masalah sebagai berikut Apakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Alfa Scorpii, Medan ? Apakah pengaruh *Brand Equity* terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Alfa Scorpii, Medan ? Apakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Alfa Scorpii, Medan ? Apakah pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Equity* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Alfa Scorpii, Medan ?

METODE

Metode yang dipakai pada riset yakni metode deskriptif verifikatif melalui survei. Tujuan riset merupakan verifikatif yakni sebagai penelitian dimana memiliki tujuan agar memahami pengaruh dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif yakni suatu metode

penelitian yang menekankan penganalisisannya terhadap data-data numerical (angka) yang kemudian diolah dengan metode statistik (Sugiyono, 2017).

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Sifat penelitian yang dipakai untuk penelitian ini adalah deskriptif explanatory, dimana bermaksud mengkaji kausalitas banyak variabel dimana memaparkan akun pertanda tertentu (Sugiyono, 2017).

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan PT Alfa Scorpii, Medan berjumlah 385 orang. Jadi sampel penelitian pada penelitian ini adalah sebanyak 79 responden. Pengumpulan data pada riset menggunakan teknik-teknik seperti observasi, interview, dan kuesioner (Sugiyono, 2017). Jenis data dimana dipakai peneliti untuk melakukan riset nantinya yaitu data kuantitatif, yakni informasi dimana dinyatakan pada format angka. Data yang digunakan pada riset ada dua data yakni data primer dan data sekunder.

DISKUSI

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Hal ini dapat bisa diketahui dari nilai signifikan $0,572 > 0,05$ ataupun nilai $0,567 < 1,99045$. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mubarak (2018) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Choiriah dan Liana (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dennisa dan santoso (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dharmayana dan Rahanatha (2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak dibahas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa brand equity secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Hal ini dapat bisa diketahui dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ ataupun nilai $6,291 > 1,99045$. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Aaker (2018) menunjukkan bahwa Brand Equity atau ekuitas merek merupakan seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh suatu barang atau jasa kepada perusahaan atau pelanggan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mubarak (2018) menunjukkan bahwa pengaruh antara Brand Equity terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Choiriah dan Liana (2019) menunjukkan bahwa Brand Equity tidak dibahas. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dennisa dan Santoso (2016) menunjukkan bahwa Brand Equity tidak dibahas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dan Rahanatha (2018) menunjukkan bahwa brand equity berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali. Kesimpulan dari

penelitian ini adalah brand equity secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Hal ini dapat diketahui dari nilai $0,122 > 0,05$ ataupun nilai $1,565 < 1,99045$. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2019), Kualitas Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bias memuaskan keinginan dan kebutuhan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mubarok (2018) menunjukkan bahwa tidak pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Choiriah dan Liana (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dennisa dan Santoso (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dharmayana dan Rahanatha (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak dibahas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan, *brand equity* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Hal ini dapat diketahui dari $15,127 > 3,12$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi adalah besarnya *adjusted R Square* adalah 0,352, maka pengaruh kualitas pelayanan, *brand equity* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii adalah sebesar 35,20% sedangkan sisanya 64,80% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti saluran distribusi.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. *Brand equity* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii. Kualitas pelayanan, *brand equity* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Alfa Scorpii.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., dan F. Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Choiriah, Eka Ni'matul dan Lie Liana. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang). *Jurnal Madic*. ISSN : 2443-2601.
- Dennisa, Eugenia Andrea dan Suryono Budi Santoso. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 5 No. 3. ISSN : 2337-3792.

- Dharmayana, Made Arya I dan Gede Bayu Rahanatha. (2017). Pengaruh *Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference*, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol.6 No. 4. ISSN : 2302-8912.
- Kotler dan Armstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Mubarok, Ali. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Equity* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol.1 No.3 .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.