

# ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI PT ITAL FRANS MULTINDO FOOD INDUSTRIES

Williand Wars Exstofian Femi<sup>1)</sup>, Sunardi<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

e-mail: [willyandwill75@gmail.com](mailto:willyandwill75@gmail.com)<sup>1)</sup>, [gitannar@yahoo.co.id](mailto:gitannar@yahoo.co.id)<sup>2)</sup>

## ABSTRAK

*Dalam perkembangan globalisasi perdagangan dunia telah menyebabkan semakin menipisnya sekat sekat jarak dan waktu bagi dunia usaha dalam upaya untuk menembus pasaran yang semakin luas. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu jenis perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Pelaku persaingan dalam hal ini adalah pelaku-pelaku bisnis, yaitu perusahaan barang maupun jasa. Untuk meraih posisi yang lebih baik, maka setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat memberikan keuntungan dalam waktu panjang bagi perusahaan tersebut. Kemampuan meningkatkan kepuasan secara terus-menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Terdapat hubungan sangat signifikan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan dengan Kepuasan Pelanggan secara langsung dengan koefisien regresi (R) sebesar 0,958 berada pada nilai Pearson Correlation 0,60 s/d 0,79 maka dikatakan besar hubungan secara simultan adalah hubungan kuat. Dan nilai koefisien determinansi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,917 sehingga 91,7 % Kepuasan Pelanggan masih dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di amati dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci:** *Kepuasan Pelanggan, Analisis Regresi Linier Berganda.*

## ABSTRACT

*In the development of globalization, world trade has led to the depletion of distance and time barriers for businesses in an effort to penetrate an increasingly broad market. Intense competition in trade does not only affect one type of company, but also applies to almost all types of companies. Competitors in this case are business people, namely goods and services companies. To achieve a better position, every company must pay attention to customer satisfaction by providing the best service. This can provide long-term benefits for the company. The ability to continually increase satisfaction is an absolute prerequisite for a company's survival. There is a very significant relationship between Service Quality, Product Quality and Company Image with Customer Satisfaction directly with a regression coefficient (R) of 0.958 at the Pearson Correlation value of 0.60 to 0.79 so that the relationship is simultaneously strong. And the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.917 so that 91.7% of customer satisfaction is still influenced by other variables not observed in this study.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Multiple Linear Regression Analysis*

## I. PENDAHULUAN

Perdagangan dunia di era globalisasi menyebabkan sekat jarak dan waktu dunia usaha dalam usaha menembus pangsa pasar yang lebih luas. Beberapa usaha mengalami persaingan yang ketat di dalam arus dunia perdagangan dan industri actor-aktor dibalik persaingan bisnis ini adalah para pelaku bisnis baik di bidang usaha barang maupun jasa. Pelayanan yang terbia adalah salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan agar para pelaku usaha dapat mempertahankan maupun mraih posisi usaha yang lebih baik dalam dunia bisnis. Meningkatkan rasa kepuasa terhadap pelanggan adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh perusahaan karena merupakan syarat mutlak untuk keberlangsungan usah mereka dan hal tersebut akan memberikan keuangan yang besar dalam kurun waktu yang panjang bagi perusahaan.

PT.Ital Frans Multindo Food Indutries Surabaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan mempunyai sistem pelayanan yang baik. Namun pada kenyataanya, dalam melakukan pelayanan pihak PT.Ital Frans Multindo Food Indutries Surabaya masih mendapat banyak keluhan dari pelanggannya. Keluhan yang biasa terjadi yaitu terkait ketepatan waktu pelayanan, kualitas produk, serta *after sales servicenya*. Keluhan-keluhan mengenai pelayanan PT.Ital Frans Multindo Food Indutries Surabaya tersebut, mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dari PT.Ital Frans Multindo Food Indutries Surabaya tidak sesuai dengan harapan dari pelanggannya. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta menentukan prioritas perbaikan yang semestinya didahulukan berdasarkan besarnya faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap standard pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka mendorong dilakukannya penelitian di PT.Ital Frans Multindo Food Indutries Surabaya untuk mengetahui hubungan Kualitas pelayan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan dengan pendekatan perhitungan metode Regresi Linier. Pada penelitian ini digunakan metode regresi linier berganda.

Metode regresi linier berganda telah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya dan terbukti dapat memberikan hasil yang baik. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan antara lain regresi linier berganda untuk meramalkan produksi (Sulistyono dan Sulistyowati, 2018), untuk meramalkan penjualan (Wahyuni et al., 2019) dan (Nafi'iyah, 2019), untuk memprediksi jumlah nasabah kredit macet (Gunawan, 2019), untuk memprediksi tingkat kelulusan uji kompetensi (Syahputra dan Perangin-angin, 2018), serta menganalisa pengaruh suatu variable dengan beberapa variable lainnya (Putri et al., 2017) dan (Fauzan, 2017).

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Konsumen*

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan Konsumsi, dari bahasa Belanda *consumptie*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Konsumen adalah pengguna barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain (Yuniarti dan Vinna dalam Putra (2017).

### B. *Kualitas Pelayanan*

Setiap konsumen memiliki harapan untuk mendapatkan pelayanan yang baik dari setiap transaksi yang akan dia lakukan. Selain kualitas produk itu sendiri, pelayanan juga akan mempengaruhi kepuasan yang didapat oleh konsumen. Apabila pelayanan yang didapat kurang baik, tidak menutuokemungkinan konumen akan merasa tidak puas akan pelayanan

yang dia dapatkan. Dalam bisnis online kualitas pelayanan memiliki beberapa indikator diantaranya informasi yang rinci, web yang dijalankan aman, informatif, terdapat instruksi untuk cara pembelian, konsisten dan diakui, memegang janji, efisien dalam komunikasi, menampilkan rekomendasi (Strange, 2017). Kualitas menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terusmenerus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan. Kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono dalam Anggara (2018).

#### *C. Kualitas Produk*

Kualitas produk dapat dinilai setelah konsumen mendapatkan dan merasakan fungsi dari produk atau jasa tersebut. Kualitas ini dapat diukur dari masing-masing fungsi produk atau jasa yang seharusnya (Lupiyoadi dalam Purba, 2019).

#### *D. Kepuasan*

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Studi yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra dalam Randi et al. (2020) menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi pula kepuasan yang mereka sarankan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizan dan Andika serta Lauw dan Kunto (Rosalia dan Purnawati, 2018).

#### *E. Uji Validitas*

Menurut Sugiharto dan Sitinjak dalam Magdalena dan Huliaturisa (2020), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi atau content dari suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut juga valid (Sugiono dalam Mindhayani, 2020)

#### *F. Uji Reliabilitas*

Reliabilitas berasal dari kata reliability. Pengertian dari reliability (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran. Sugiharto dan Sitinjak dalam Simarmata dan Kristina (2020) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan.

#### *G. Regresi Linier*

Metode statistika yang digunakan untuk memeriksa atau memodelkan hubungan antar variable disebut dengan regresi. Pengaruh karakteristik pada data yang lain dapat dilihat melalui analisa regresi terhadap variable-variabel tersebut. Apabila terdapat dua atau lebih variable maka dapat diketahui cara variable-variabel tersebut saling berhubungan. Dengan kata lain hubungannya tersebut disebut sebagai hubungan fungsional antar variable secara matematika. (Algifari dalam Arisandi dan Santoso, 2020).

#### H. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n \dots \dots \dots (1)$$

Dengan Y adalah variabel tetap, dan X adalah variabel-variabel bebas, a adalah konstanta (intersept) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

Analisis uji regresi yang digunakan dalam penelitian terdapat dua model regresi yaitu:

- 1) Uji regresi sederhana antara variabel X dengan Y. Disamping itu, uji regresi sederhana ini bisa dijadikan sebagai uji linearitas dalam persyaratan analisis regresi
- 2) Uji regresi ganda, di mana untuk variabel independent lebih dari satu dan mempengaruhi variabel dependent (Y).

Menurut Arikunto dalam Istiani et al. (2018) Analisis korelasi dan regresi berganda ini adalah analisis tentang hubungan antara satu dependent variabel dengan dua atau lebih independen variabel. Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi (regression surface), misalnya  $y = a + bx + cz$ . Y adalah kombinasi linier dari X dan Z. konstan b dan c disebut koefisien regresi. Ada kalanya a, b, dan c diganti dengan  $b_1$ ,  $b_2$  dan  $b_3$  sedangkan X dan Z diganti dengan  $x_1$  dan  $x_2$ . Multikolinearitas adalah suatu kondisi adanya hubungan linear diantara variabel-variabel independen dalam model (Aggraeni, 2018). Dapat disimpulkan bahwa tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten (Napitulu, 2019). Pengukuran dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk mengukurnya digunakan program SPSS. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Menurut Wijaya dalam Ruru et al. (2019) SPSS mulai dikembangkan pada tahun 1960 sebagai salah satu perangkat lunak untuk alat bantu penghitungan secara statistik oleh Norman H. Nie, C. Hadlay serta Date Bent dari Stanford University. Pada tahun 1984, kemudian dikenalkan SPSS/PC+ untuk Personal Computer (PC). Versi window baru di release pada tahun 1992 sampai sekarang. SPSS mengalami perkembangan dari versi 6.0 hingga versi terbaru seperti SPSS versi 19.0 yang baru beredar di Indonesia milik IBM. Kemungkinan akan terus berkembang dalam versi-versi berikutnya. Pada dasarnya pengoperasian SPSS memiliki kesamaan dalam berbagai versi, perbedaan hanya pada fasilitas tambahan yang ditawarkan. SPSS dirancang secara user friendly sehingga mudah digunakan dibandingkan software-software lainnya yang kebanyakan menggunakan bahasa program. Suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

### III. METODE PENELITIAN

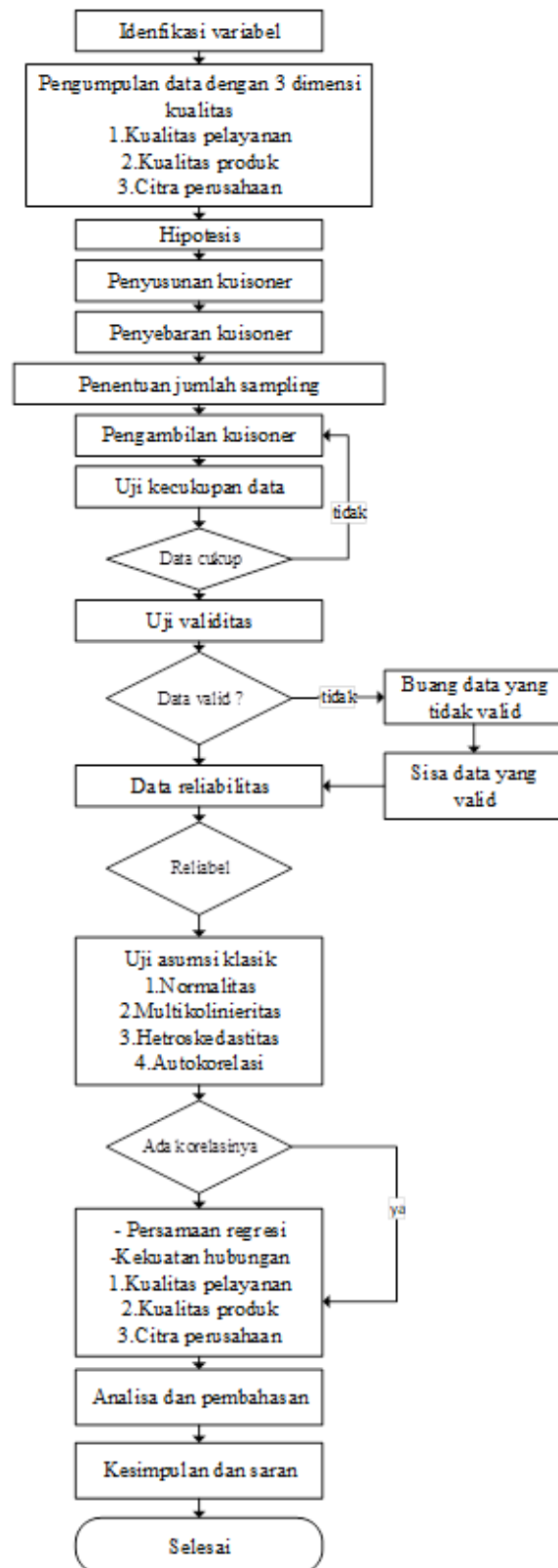
Penelitian ini dilakukan di PT. Ital Frans Multindo Food Industri Surabaya yang bergerak di bidang industri Manufaktur yang terletak di Jl. Raya Gubeng No 64 Surabaya. Waktu penelitian dilakukan antara bulan Juli 2018 sampai dengan data yang diperlukan cukup.

1. Variable Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini: Kualitas pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Citra Perusahaan (X3).
2. Variable Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang termasuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana hasil penilaian akan diperoleh pengaruh komponen kuisioner yang paling signifikan dan

komponen akan dianalisis lebih lanjut dan diperoleh hasil untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT.Ital Frans Multindo Food Industri Surabaya.

#### Penjelasan Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.

1. Identifikasi Variabel  
Setelah menentukan perumusan masalah dan tujuan penelitian, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi permasalahan tersebut.
2. Pengumpulan Data  
Pada tahap ini pengumpulan data dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder yaitu diantaranya Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan.
3. Penyusunan Kuesioner  
Pada tahap ini penyusunan kuesioner yaitu berupa daftar pertanyaan yang akan diisi oleh pelanggan yang melakukan pemesanan produk di PT.Ital Frans Multindo Food Industries Surabaya.
4. Penentuan Jumlah Responden  
Penentuan jumlah responden bergantung pada jumlah pelanggan, untuk pengisian kuesioner.
5. Penyebaran Kuesioner  
Setelah kuesioner disusun dan dianggap layak serta menentukan jumlah responden maka langkah selanjutnya adalah melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang melakukan pemesanan produk di PT.Ital Frans Multindo Food Industries Surabaya. Kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dikumpulkan.
6. Pengambilan Kuisoner  
Setelah kuisoner disebar dan sudah terisi sesuai dengan kriteria maka langkah selanjutnya pengambilan kuisoner di PT.Ital Frans Multindo Food Industries Surabaya.
7. Uji Kecukupan Data  
Untuk mengetahui apakah data yang diperlukan sudah cukup atau memenuhi dan tidak diperlukan pengamatan lagi ataukah data yang diperlukan masih kurang dan perlu dilakukan pengamatan lebih lanjut.
8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas  
Uji Statistik ini dilakukan untuk memastikan bahwa data dari responden adalah data yang tepat dan konsisten. Pengujian pertama yang dilakukan adalah Uji Validitas dan dilanjutkan Uji Reliabilitas dengan software SPSS.



Gambar 1. Langkah-Langkah Pemecahan Masalah

9. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada model regresi yang diperoleh untuk mengetahui apakah model yang didapatkan telah memenuhi asumsi klasik yang ada. Karena dalam analisis regresi linier berganda terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi nilai variable terikat.

- Normalitas

Normalitas dalam statistik parametric seperti regresi dan Anova merupakan syarat pertama. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil.

- Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi.

10. Analisis Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel terikat dengan variabel bebas. Variabel – variabel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra perusahaan

11. Analisa dan Pembahasan

Menganalisis hasil uji hipotesis dari variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan sampai dengan pengaruh yang paling terkecil terhadap kepuasan pelanggan di PT.Ital Frans Multindo Food Industries Surabaya.

12. Kesimpulan dan Saran

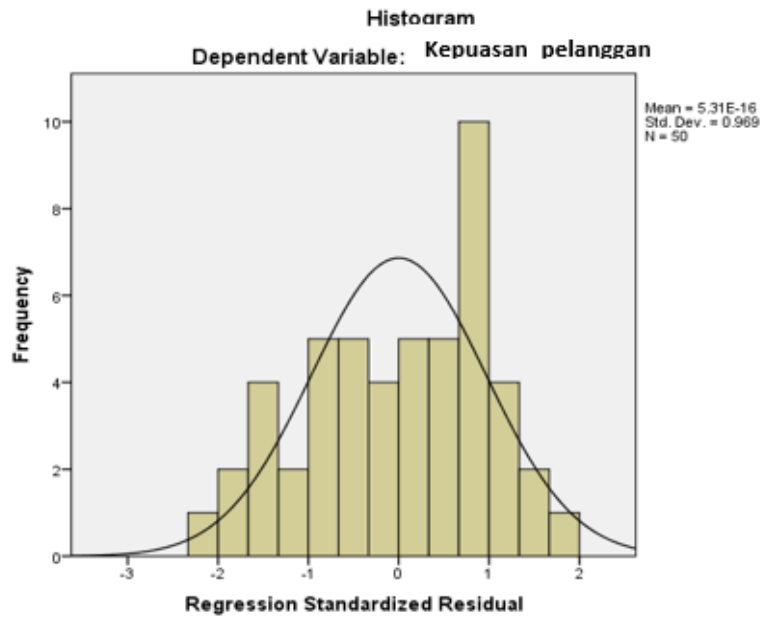
Dari penarikan kesimpulan ini peneliti dapat mengetahui apa saja yang telah didapatkan dari penelitian. Juga dapat mengetahui hal-hal yang menjadi akar permasalahan dari kurangnya kualitas pelayanan objek amatan sehingga dapat memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan atribut yang sangat diharapkan oleh responden. Dari penarikan kesimpulan ini diharapkan dapat mencapai tujuan penelitian. Pada tahap ini juga akan dilakukan pemberian saran perbaikan untuk penelitian selanjutnya.

13. Selesai.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Uji Normalitas

Dari hasil Uji Normalitas pada gambar diatas dapat dilihat kurva membentuk lengkung sempurna (seperti gunung) dengan kaki yang simetris sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian berdistribusi normal.



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan SPSS

### B. Uji Multikolinearitas

TABEL I  
UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Unstandardized coeff		Standardize Coeff Beta	T Tolerance	Sig. VIF	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				B	Std. Error
1 (Constant)	,240	1,582		,152	,881		
X1	,514	,066	,615	7,785	,000	,512	1,952
X2	,469	,083	,428	5,659	,000	,560	1,786
X3	,010	,073	,008	,136	,893	,845	1,183

Sumber: Pengolahan data

1. Nilai tolerance variabel Kualitas Pelayanan didapatkan sebesar 0,512 yang dinyatakan lebih besar  $> 0,10$  dan nilai VIF sebesar 1,952 yang dinyatakan lebih besar  $> 1,00$ , Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas data.
2. Nilai tolerance variabel Pengalaman Kerja didapatkan sebesar 0,560 yang dinyatakan lebih besar  $> 0,10$  dan nilai VIF sebesar 1,786 yang dinyatakan lebih besar  $> 1,00$ , Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas data.
3. Nilai tolerance variabel Hasil Produksi didapatkan sebesar 0,845 yang dinyatakan lebih besar  $> 0,10$  dan nilai VIF sebesar 1,183 yang dinyatakan lebih besar  $> 1,00$ , Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas data.



C. Uji Heteroskedastisitas

TABEL II  
UJI HETEROSKEDASTISITA

Model	Unstandardized coeff		Standardize Coeff	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,292	,916		1,411	,170
X1	-,091	,038	-,581	-2,380	,025
X2	,042	,048	,206	,881	,386
X3	,012	,042	,056	,293	,772

Sumber: Pengolahan data

1. Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan didapatkan sebesar 0,025 yang dinyatakan lebih besar  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.
2. Nilai signifikansi variabel Pengalaman Kerja didapatkan sebesar 0,386 yang dinyatakan lebih besar  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.
3. Nilai signifikansi variabel Hasil Produksi didapatkan sebesar 0,772 yang dinyatakan lebih besar  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.

D. Uji Autokorelasi

Berdasarkan output pada Tabel III, diketahui bahwa nilai DW 1,364, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Signifikansi 5%, dengan jumlah sampel  $N = 30$  dan jumlah variabel bebas  $K = 3$  (lihat pada tabel III) maka di peroleh nilai dU sebesar 1,567 dan nilai dL sebesar 1,284. Karena nilai DW sebesar 1,364 berada diantara nilai dU = 1,567 dan  $4-dU = 4 - 1,567 = 2,433$  atau  $1,567 > 1,364 < 1,567$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat outokorelasi.

TABEL III  
UJI AUTOKORELASI

Model	Adjusted R		Std. Error of The	
	R	R Square	Square	Estimate
1	,958(a)	,917	,907	,93865

Sumber: Pengolahan data

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari perhitungan output pada Tabel IV, didapat nilai signifikansi F sebesar 0.000 yang dinyatakan lebih kecil atau  $< 0,05$ . Sedangkan untuk rhitung didapatkan nilai sebesar 0,643 dan untuk rtabel didapatkan nilai sebesar 0,361. Karena rhitung  $> rtabel = 0,958 > 0,374$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan secara simultan antara Kualitas pelayanan, Kualitas produk dan Citra perusahaan terhadap Kepuasan pelanggan . Untuk besar derajat hubungan dari tabel dapat dilihat dari nilai R yang didapat nilai koefisien sebesar 0,958 dan berada pada nilai Pearson Correlation 0,60 s/d 0,79 maka dikatakan besar hubungan simultan adalah Hubungan Kuat.

Sedangkan untuk nilai koefisien determinansi berganda dari tabel diatas sebesar 0,917 hal ini dapat diartikan pengaruh variabel Kualitas pelayanan (X1), Kualitas produk (X2) dan Citra perusahaan (X3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 91,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

TABEL IV  
OUTPUT ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK KORELASI SECARA SIMULTAN

Model	Adjusted R		Std. Error of The	
	R	R Square	Square	Estimate
1	,958(a)	,917	,907	,93865

Sumber: Pengolahan data

*F. Analisis Regresi Linier Berganda*

Dari hasil output didapatkan persamaan Regresi Linier Berganda, sebagai berikut :

$$Y = 0,240 + 0,514 X1 + 0,469 X2 + 0,01 X3$$

Berdasarkan persamaan Regresi Linier tersebut bentuk hubungan variabel Kualitas pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki hubungan positif. Dan variabel Hasil Produksi (X3) memiliki pengaruh paling kuat dengan nilai sebesar 0,289.

TABEL V  
ANALISA REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized coeff		Standardize Coeff	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	,240	1,582		,152	,881
X1	,514	,066	,615	7,785	,000
X2	,469	,083	,428	5,659	,000
X3	,010	,073	,008	,136	,893

Sumber: Pengolahan data

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Dari analisa persamaan regresi linear didapat nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,514. Nilai positif ini menyatakan arah hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ini perlu dilakukan perbaikan pada aspek yang berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan. Karena variabel Kualitas Pelayanan meski berhubungan positif namun bernilai sangat kecil. Sehingga kenaikan nilai yang dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan ini sangat kecil untuk nilai Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di PT.Ital Frans Multindo Food industri.

2. Kualitas produk (X2)

Dari analisa persamaan regresi linear didapat nilai koefisien variabel Kualitas produk sebesar 0,469. Nilai positif ini menyatakan arah hubungan antara Kualitas produk dan Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk ini perlu dilakukan perbaikan pada aspek yang berkaitan dengan variabel Kualitas produk. Karena variabel Kualitas produk meski berhubungan positif namun bernilai sangat kecil. Sehingga kenaikan nilai yang dipengaruhi oleh variabel Kualitas produk ini sangat kecil untuk nilai Kepuasan Pelanggan Di PT.Ital Frans Multindo Food industri.

3. Citra Perusahaan (X3)

Dari analisa persamaan regresi linear didapat nilai koefisien variabel Citra Perusahaan sebesar 0,289. Nilai positif ini menyatakan arah hubungan antara Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan ini perlu dilakukan perbaikan pada aspek yang berkaitan dengan variabel Citra Perusahaan. Karena variabel Citra Perusahaan meski berhubungan positif namun bernilai sangat kecil. Sehingga kenaikan nilai yang dipengaruhi oleh variabel Citra Perusahaan ini sangat kecil untuk nilai Kepuasan Pelanggan di PT.Ital Frans Multindo Food industri.

V. KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dianalisis, dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya: Bentuk Kontribusi dapat diketahui dari hasil model matematik regresi sebagai  $Y = 0,240 + 0,514X1 + 0,469X2 + 0,01 X3$  Hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) secara langsung pada PT.Multindo Food Frans Industri yaitu hubungan positif dengan nilai koefisien sebesar 0,514. Hubungan variabel kualitas produk (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) secara langsung pada PT.Multindo Food Frans Industri yaitu hubungan positif dengan nilai >koefisien Regresi sebesar 0,469. Hubungan variabel Citra Perusahaan (X3) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) secara langsung pada

PT.Multindo Food Frans Industri yaitu hubungan positif dengan nilai >koefisien Regresi sebesar 0,01. Terdapat hubungan antara Kualitas pelayanan, Kualitas produk dan Citra perusahaan terhadap Kepuasan pelanggan secara langsung dengan koefisien regresi (R) sebesar 0,958 berada pada nilai Pearson Correlation 0,60 s/d 0,79 maka dikatakan besar hubungan secara simultan adalah hubungan kuat. Dan nilai koefisien determinansi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,917 sehingga 91,7 %.

Kepuasan pelanggan masih dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di amati dalam penelitian ini dan hubungan variabel Kualitas produk (X<sub>2</sub>) dengan Kepuasan pelanggan (Y) secara langsung pada PT.Multindo Food Frans Industri yaitu hubungan positif dengan nilai >koefisien Regresi sebesar 0,469.

#### PUSTAKA

- Anggara, G. (2018). *Membangun Kepercayaan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan Jasa PT. GO-JEK Indonesia Cabang Tasikmalaya (Survei Pada Konsumen Pengguna Jasa Go-jek di Kota Tasikmalaya)*. (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Anggraeni, W. R., Debatara, N. N., & Rizki, S. W. (2018). Estimasi Parameter Regresi Ridge Untuk Mengatasi Multikolinearitas. *BIMASTER*, 7(4).
- Arisandy, A. M., & Santoso, B. (2020). Analisis hubungan antara motivasi kerja, pengalaman kerja dan hasil produksi dengan produktifitas kerja karyawan di cv. Tiara prima. *JUMINTEN*, 1(3), 70-78.
- Fauzan, M. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Dengan Regresi Linier Berganda Di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pematangsiantar. *Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika)*, 1(1), 21-32.
- Gunawan, R. (2019). Implementasi Data Mining Menggunakan Regresi Linier Berganda dalam Memprediksi Jumlah Nasabah Kredit Macet Pada BPR Tanjung Morawa. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)*, 18(1), 87-91.
- Istiyani, A., Wulan, H. S., & Diana, P. (2018). The Effect Of Compensation, Work Stress And Career Development On Turnover Intention With Work Leadership As An Intervening Variable (Case Study At PT. Rajawali Nusindo 2013-2017 Period). *Journal of Management*, 4(4).
- Magdalena, I., & Huliatusnisa, Y. (2020). Evaluasi Pembelajaran Sekolah Dasar.
- Mindhayani, I. (2020). Pengaruh Desain Interior Ergonomis pada Mood Karyawan. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 6(2), 122-126.
- Napitupulu, R. D. (2019). Determinasi Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 3(2), 115-120.
- Nafi'iyah, N. (2019). Prediksi Jumlah Penjualan pada Toko Makmur Jaya Elektronik dengan Regresi Linier. *RESEARCH: Journal of Computer, Information System & Technology Management*, 2(2), 47-50
- Purba, S. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di TRAVELOKA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP NOMMENSEN Medan).
- Putra, H. S. (2017). Perjanjian Baku Yang Terdapat Dalam Karcis Pengelola Parkir Dan Pertanggung Jawaban Pengelola Parkir Terhadap Barang Milik Konsumen. *Jurnal Surya Keadilan: Jurnal Ilmiah Nasional Terbitan Berkala Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Bengkulu*, 1(1), 1-13.
- Putri, A., Syafrialdi, Y., & Mustakim, M. (2017, May). Analisa Pengaruh Temperatur Terhadap Titik Embun, Jarak Pandang, Kecepatan Angin, Dan Curah Hujan Metode Regresi Linier Berganda. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi dan Industri* (pp. 227-234).
- Randi, S., Mery, T., & Purbo, J. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).
- Ruru, Y., Hutabarat, I. M., & Turua, U. (2019). Pelatihan Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan Aplikasi SPSS Bagi Guru-Guru SMP untuk Menunjang Penulisan Karya Ilmiah. *Jurnal Pengabdian Papua*, 3(3), 96-99.
- Rosalia, K. J., & Purnawati, N. K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Simarmata, B., & Kristina, L. F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Indihome Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Masyarakat Kecamatan Medan Timur).
- Strange, Carol Anne (2017). *Berani Memulai dan Menjalankan Bisnis Internet (Edisi Terjemahan)*, Jakarta: Penerbit Tiga Kelana.
- Syahputra, T., Halim, J., & Perangin-Angin, K. (2018). Penerapan Data Mining Dalam Memprediksi Tingkat Kelulusan Uji Kompetensi (UKOM) Bidan Pada STIKes Senior Medan Dengan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Sains dan Komputer (SAINTIKOM)*, 17(1), 1-07
- Sulistiyono, S., & Sulistiyowati, W. (2018). Peramalan produksi dengan metode regresi linier berganda. *PROZIMA (Productivity, Optimization and Manufacturing System Engineering)*, 1(2), 82-89.
- Wahyuni, I., Nafi'iyah, N., & Masruroh, M. (2019, September). Sistem Peramalan Penjualan Perumahan Di Kabupaten Lamongan Dengan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF) (Vol. 3, No. 1, pp. 1969-1973)*.