

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CV.SAHIL AUTO SERVICE
DI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :

Amanat Rosul

NIM : 1601110001

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Amanat Rosul
Nomor pokok : 1601110001
Jurusan Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA CV.SAHIL
AUTO SERVICE DI PALEMBANG**

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 15-10-2020 Pembimbing I: Prof.Dr.H.Sulbahri Madijir, S.E., M.M
NIDN : 0016035101

Tanggal 15-10-2020 Pembimbing II: Royda, S.E. M.Si
NIDN : 0226128701

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN : 0205026401

161 / PS / DFE / 20

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : AMANAT ROSUL

Nomor pokok/NIM : 16.011.10.001

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Jenjang pendidikan : Strata I

Mata kuliah pokok : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Sahil Auto Service di Palembang.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sesungguhnya dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 19 September 2020



Amanat Rosul

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Hidup di Dunia Hanya Untuk Beribadah dan Hanya Tempat Persinggahan
Selagi masi bisa Berkarya Berkaryalah.

KUPERSEMBAHKAN :

Atas Rahmat ALLAH SWT,

Skripsi ini kupersembahkan Kepada :

*Surgaku, ibundaku dan ayahandaku Tercinta yang selalu
Mendoakan setiap detik perjalananku Hidupku*

*Saudaraku Tersayang Kakak,Ayuk dan Adik yang telah
memberikan aku semangat untuk bangkit*

Dan Seluruh Keluarga Besarku Terimah kasih

*Kekasih ku yang selalu mendukung dan memberikanku semangat
agar pengerjajaan Skripsi ini bisa selesai tepat pada waktunya*

*Dan Terimah kasih kepada teman-temanku seperjuangan yang
saling mensupport*

*Bapak dan ibu dosen penguji dan pengajar yang telah memberikan
bimbingan kepada saya terimah kasih*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan juga sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah serta karuniaNya lah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMENPADA CV.SAHIL AUTO SERVICE DI PALEMBANG”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti Palembang.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu **Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P.** selaku **Rektor Universitas Tridinanti Palembang.**
2. Ibu **Dr. Msy. Mikial,S.E.,M.Si. Ak.CARS** selaku **Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.**
3. Ibu **Mariyam Zanariah, S.E., M.M.** selaku **Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.**
4. Bapak **Prof.Dr.H.Sulbahri Madjir,S.E.,M.M.** selaku **Dosen Pembimbing I.**
5. Ibu **Royda, S.E., M.Si.** selaku **Dosen Pembimbing II.**
6. Bapak **Syaiful Sahri, S.E.M.Si.** selaku **Dosen Pembimbing Akademik.**

7. Bapak / Ibu Dosen Universitas Tridinanti Palembang yang telah membimbing dan mendidik penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh. **Staff Administrasi Universitas Tridinanti Palembang**
9. Yang Tercinta Kedua orang tuaku dan keluarga besarku yang selalu memberikan perhatian, cinta, kasih sayang, bimbingan, nasihat, dukungan serta do'a yang tiada hentinya.
10. Yang tersayang terima kasih telah berjuang bersama
11. Sahabat – sahabatku, Arman, Chandra Wardana, Erlangga, Muhamad aris Hanafiah Bustomi, Afni Shintia, Ananda Dini Ria, yang telah bersama - sama berjuang, memberi semangat dan saling menghibur dalam mengerjakan Skripsi.
12. Almamater, Rekan - rekan Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi (kelas reguler pagi dan sore) angkatan 2016 yang telah bersama - sama berjuang di bangku kuliah.
13. Bapak Pimpinan Perusahaan CV. Sahil Auto Service di Palembang bapak Pirda kifli yang telah menesehati.
14. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga amal baik bapak dan ibu-ibu serta rekan-rekan mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari masih begitu banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini dikarenakan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki masih terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pihak yang menggunakannya.

Palembang, 15 September 2020

Penulis



Amanat Rosul

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2 Depenisi Pemasaran.....	12
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	13

2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	14
2.2 Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.1 Defenisi Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.2 Perpektif Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
2.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
2.3 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.3.1 Kualitas produk.....	21
2.3.2 Strategi Pengembangan Produk.....	24
2.3.3 Klasifikasi Produk.....	24
2.3.4 Dimensi Kualitas Produk.....	25
2.3.5 Indikator Kualitas Produk.....	26
2.4 Defenisi kepuasan Konsumen.....	27
2.4.1 Indikator Kepuasan Konsumen.....	28
2.4.2 Pengukur kepuasan Konsumen.....	29
2.4.3 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	32
2.5 Penelitian Terdahulu.....	34
2.6 Kerangka Berpikir.....	35
2.7 Hipotesis.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu.....	37
3.1.1 Tempat.....	37
3.1.2 waktu	37
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Sumber Data.....	38
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Rancangan Penelitian.....	41
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	42
3.5.1 Variabel Penelitian.....	42
3.5.2 Definisi Operasional.....	42
3.6 Instrumen Penelitian.....	45
3.6.1 Uji Instrumen.....	46
3.6.1 Uji Validasi dan Realibilitas.....	46
3.6.2 Uji Validitas.....	46
3.6.3Uji Reliabilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis.....	47
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.2 Uji Normalitas.....	48
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48

3.7.4 Uji Hipotesis.....	50
3.7.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji-t).....	50
3.7.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	50
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat CV. Sahil Auto Service	52
4.1.2 Struktur Organisasi.....	53
4.1.3 Kegiatan Umum Perusahaan.....	56
4.1.4 Visi dan Misi.....	57
4.1.1 Visi	57
4.1.2 Misi.....	58
4.2 Pembahasan dan interpretasi.....	58
4.2. Uji Instrumen	58
4.2.1 Uji Validitas.....	58
4.2.2 Uji Realibilitas	60
4.2.2.1 Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan.....	60
4.2.2.2 Uji Realibilitas Kualitas Produk	61
4.2.2.3 Uji Realibilitas Kepuasan Konsumen	62
4.3 Teknik Analisis Data	62
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.3.2 Koefisien Korelasi.....	64

4.3.3 Koefisien Determinasi	65
4.4 Uji Hipotesis Statistik	66
4.4.1 Uji F.....	66
4.4.2 Uji T.....	68
4.4.2.1 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	68
4.4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap kepuasan konsumen.....	69
4.5 Analisis Hubungan Antar Variabel.....	70
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah penjualan dan target CV. Sahil Auto service.....	6
1.2 Jumlah komplain CV.Sahil Auto Service.....	7
2.1 Penelitian Pendukung.....	34
3.1 Jadwal Penelitian	37
3.2 Konsumen yang service dan membeli suku cadang tiga bulan	40
3.3 Definisi Operasional Variabel	43
3.4 Instrumen Skala Likert.....	45
4.1 Hasil Uji Validitas	59
4.2 Hasil uji Reabilitas Kualitas Pelayanan	61
4.3 Hasil Uji Reabilitas Produk	61
4.4 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen	62
4.5 Hasil Analisis Linear Berganda	63
4.6 Hasil Analisis kofisien Korelasi Model summary	64
4.7 Hasil Kofisien Determinasi R.....	65
4.8 Uji F (Anova).....	67
4.9 Uji T Secara parsial.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar.....	
2.1 Fungsi manajemen pemasaran.....	14
2.2. Kerangka Berfikir Penelitian.....	35
4.1 CV.Sahil auto Service di Palembang.....	54

ABSTRAK

AMANAT ROSUL, "PENGARUH KAULITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV.SAHIL AUTO SERVICE DI PALEMBANG. (Di bawah bimbingan Bapak Prof.Dr.H.Sulbahri Madjir ,S.E.,M.M dan Ibu Royda,SE,M.Si).

Keberhasilan Perusahaan di tentukan oleh ketetapan Perusahaan dalam memanfaatkan peluang dalam usahanya dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. CV.SAHIL AUTO SRVICE DI PALEMBANG. Merupakan Perusahaan jasa yang salah satu kegiatannya adalah menjual serta melakukan pengembangan baik dalam segi kualitas maupun kuantitas demi kelangsungan perusahaan terutama dalam mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV.Sahil Auto Service di Palembang**. Penulis memilih responden sebanyak 45 orang responden. Dan berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS Ver.24. nilai R Squere berpengaruh 15,5% terhadap Kepuasan konsumen dan sisanya di pengaruhi oleh paktor lainnya.Uji Hipotesis nilai T variabel kualitas Pelayanan 0,018 artinya Ho ditolak dan H1 diterimah artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis, yaitu Amanat rosul, di desa jud II Kecamatan sanga desa, Lahir Pada tanggal 02 APRIL 1995, Merupakan anak ke lima dari enam saudara dari pasangan Bapak m.nasir dan ibu mataro(Alhm). Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama islam kini penulis beralamat di jl. Lorong Taman murni kamboja.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2008 di SD Negeri jud II. Sekolah menengah pertama di selesaikan tahun 2012 di SMP Negeri 2 dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah menengah Atas pada tahun 2014 di SMA 1 sanga desa.

Pada bulan agustus 2014 mulai berkerja di PT Indomarco prismatama sebagai pramuniaga dan pada tahun 2016 bekerja sebagai tenaga kerja CV.sahil auto service.

Pada tahun 2016 memasuki fakultas Ekonomi program studi manajemen Universitas Tridinanti Palembang. Pada semester akhir tahun 2020 penulis telah menyelesaikan skripsi berjudul PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV.SAHIL AUTO SERVICE DI PALEMBANG.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen. Menurut Suparyanto & Rosad (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program - program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan, kepercayaan, perhatian, dan keyakinan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Selain kualitas pelayanan, perusahaan dituntut untuk menawarkan

produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga terlihat beda dengan produk pesaing. Selain itu perusahaan juga harus cerdas dalam menyampaikan informasi seputar produknya kepada konsumen. Menurut Kotler (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Menurut Tjiptono (2010) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan adalah memberikan pelayanan yang berkualitas, yang meliputi kualitas produk yang ditawarkannya. Kemampuan produk dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen, sehingga memungkinkan produk tersebut akan menjadi pilihan pertama konsumen pada pembelian diwaktu yang akan datang. Bahwa sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk dengan mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Maka, perusahaan penyedia produk dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan

meminimalisir pengalaman yang kurang menyenangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk.

Dalam penawaran pasar, produk adalah elemen kunci yang membawa nilai kepada pelanggan. Produk yang lebih dari sekedar benda-benda nyata, tetapi juga termasuk fitur layanan, desain, kualitas kinerja, nama merek dan kemasan. Kualitas sebuah produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja produk atau jasa, sehingga hal ini terkait dengan nilai pelanggan dan kepuasan (Kotler dan Armstrong, 2010). Hal ini juga penting untuk alat positioning produk pemasar. Konsumen saat ini menuntut barang-barang berkualitas tinggi yang menghemat waktu, energi dan sering kali kalori. Pelanggan mencari produk yang handal yang sesuai dengan tujuan dan mampu berdiri fungsi dimaksudkan. Dengan peningkatan daya beli pelanggan didukung oleh skema pembiayaan ganda dan fleksibel, pelanggan menemukan diri mereka dikelilingi dengan banyak pilihan untuk memilih. Perubahan dalam lingkungan yang kompetitif dan meningkatkan ekspektasi mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan bergerak pada produsen mobil untuk menempatkan pada pemahaman sikap dan perilaku pelanggan dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan pangsa dan profitabilitas.

Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi setiap perusahaan jasa dan barang. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa merupakan hal penting memenuhi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayan dan produk apakah sesuai antara harapan dengan kenyataannya (Kotler dan Keller, 2012:35).

Dengan pertumbuhan ekonomi banyak perusahaan memerlukan sarana atau media promosi untuk memperkenalkan dan mempromosikan perusahaannya beserta produknya kepada masyarakat.

Sahil Auto *Service* adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang promosi dan jasa lainnya Sahil Auto *Service* berkembang pesat di wilayah sumatra selatan. Sahil Auto *Service* yang berdiri sejak tahun 2014 hingga sekarang mempunyai banyak pelanggan, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan dan kualitas produk karyawan yang baik, pelanggan yang mengkonsumsi produk dan pelayanan yang buruk cenderung tidak puas dan akan berpindah ke perusahaan lain yang

menawarkan produk dan pelayanan yang sejenis.

Oleh karena itu, Sahil Auto Service berusaha terus menerus untuk mempertahankan dan terus memperbaiki kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi lebih untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menciptakan kepuasan pelanggan berarti memelihara motivasi pelanggan untuk tetap Menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Upaya menciptakan kepuasan pelanggan akan berpengaruh positif terhadap perusahaan kerana akan mendapatkan keuntungan dari pelanggan. Dengan demikian kualitas pelayanan dan kualitas produk beserta kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama yang harus dilakukan oleh Sahil Auto Service untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi.

Berikut ini adalah data penjualan sahil auto service dengan data dari Januari sampai Desember 2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan dan Target CV. Sahil Auto Service
Januari – Desember 2019

Bulan	Jumlah Pendapatan	Target	%
Januari	Rp.594.627.8000	Rp.625.000.000	95
Februari	Rp.550.706.750	Rp.625.000.000	88
Maret	Rp.585.790.500	Rp.600.000.000	98
April	Rp.501.478.500	Rp.600.000.000	84
Mei	Rp.515.000.500	Rp.575.000.000	90
Juni	Rp.458.500.650	Rp.550.000.000	83
Juli	Rp.385.890.900	Rp.525.000.000	74
Agustus	Rp.401.567.900	Rp.500.000.000	80
September	Rp.425.690.500	Rp.500.000.000	85
Oktober	Rp.410.568.000	Rp.450.000.000	91
November	Rp.382.026.400	Rp.450.000.000	85
Desember	Rp.378.026.400	Rp.425.000.000	89

Sumber: Cv Sahil Auto Service:(2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari Januari - Desember 2019 telah terjadi penurunan penjualan & target di CV. Sahil Auto Service. Sedangkan di bawah ini adalah data jumlah *complain* yang terjadi di CV. Sahil Auto Service pada Januari-Desember 2019,yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Komplain CV.Sahil Auto Service
Januari - Desember 2019

Bulan	Persentasi
Januari	10%
Februari	11%
Maret	13%
April	15%
Mei	12%
Juni	11%
Juli	10%
Agustus	15%
September	16%
Oktober	18%
November	19%
Desember	21%

Sumber: CV. Sahil Auto Service:(2019)

Berdasarkan diatas dapat diketahui bahwa pada Januari-Desember 2019 telah terjadi peningkatan jumlah *complain* pada CV. Sahil Auto Service, yaitu dari 10 orang menjadi 21orang.Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah complain lebih banyak hal ini menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan dan kualitas produk kurang memuaskan kualitas Pelayanan dan kualitas produk yang masih diluar

harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga jual, waktu pembayaran dan keamanan atau jaminan. Kepuasan tidak pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan pelayanan dan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi itu berarti kualitas produk dan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, hal ini akan berdampak baik untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan akan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk Proposal yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA CV. SAHIL AUTO SERVICE”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan adalah, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh Secara Parsial terhadap kepuasan konsumen pada CV.Sahil Auto *Service* di Palembang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh Secara Parsial terhadap kepuasan konsumen pada CV.SahilAuto*Service* di Palembang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara Simultan terhadap kepuasan konsumen pada CV.Sahil Auto *Service* di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, adapun Rumusan dari peneliti tersebut antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada CV. Sahil Auto*Service* di Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada CV. Sahil Auto*Service* di Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Sahil Auto*Service* di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya bagi peneliti serta mampu menerapkan ilmu dan teori-teori telah diperoleh.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan Dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen di CV. Sahil Auto Service Palembang.

3. Bagi Almater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa dan sebagai informasi yang berguna bagi penelitian- penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- .Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Dantes,Nyoman prof Dr,2012,*Metode penelitian,Andi offset*: Yogyakarta.
- Ginting F.Hartumul Nembah,2011,*Manajemen pemasaran*. Bandung:CV YRAMAWIDYA.
- YamitZulian. 2013. *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta:EKONESIA.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Fazri, & Sawitri. (2015). *Hubungan Antara Motivasi Kerja dengan Pengambilan Keputusan Alih Profesi dari Karyawan Menjadi driver Gojek*.
- Sunyoto,Danang,2014,*metode penelitian kuantitatif kualitatifdan R&D*,Alfabeta:Bandung.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 20. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.

Hilman Rifaldillah, Iwan Krisnadi. 2016. *Analisis Faktor yang Menyebabkan Ketidakpuasan pada Bisnis On Demand Service Mobile Platform di Indonesia*. Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana.

Kotler dan Keller. 2011 *manajemen pemasaran. Edisi ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller. Lane, Kevin 2012. *Marketing Management 14 th edition, Global Edition*. Pearson PrenticeHall.

Mardikawati, W & Farida, N. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 2(1).

Priangani, A. 2013. *Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global*. Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No.4 Juli 2013, ISSN: 2089-5917

Rahayu, B. 2017. *Manajemen Pemasaran. Dosen Kewirausahaan dan Agribisnis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana*.

Rangkuti, F. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Penerbit Gramedia. Saladin, D. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Pt. Linda Karya.

- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sanjaya, U., & Klemens, W. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Penonton Untuk Menonton Film*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vo. 18. No. 1. ISSN:1410-9875.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Komputindo.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta
- Syamsuddin. 2017. *Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. *Jurnal Idaarah*, Vol. 1, No. 1, Juni 2017
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.