

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Petra Paulus Tarigan

Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri
Universitas Riau Kepulauan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the quality of products and services to customer satisfaction. In this study, customer satisfaction is the dependent variable. There are two variables that serve as the independent variable is the quality of products and services. The sample used in the study is that consumers. The population used in this study is 60 consumers. While the sample used as many as 60 by using the census as a population of less than 100 people, then it is better researched everything. Data analysis method used is multiple regression analysis, which aims to determine the correlation between the two variables. Hypothesis testing is done by t test and F test and R2 test. Analysis of the data with the help of statistical data processing software SPSS version 20. Based on this study concluded: there is a positive and significant influence between product quality and consumer satisfaction, and no significant positive effect between service and customer satisfaction, as well as a positive and significant influence between product and service quality to customer satisfaction. The variable quality of the product into the variables dominant influence on customer satisfaction is based on the calculation of beta coefficients Standarized analysis has the greatest value. The conclusion from this study is the quality of products and service as important variables that affect customer satisfaction. Therefore, it is recommended that the company pay more attention these two variables so that consumers feel satisfied and achieve the objectives of the company are expected.

Keywords: Product Quality, Service, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, produk yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan adalah dengan cara meningkatkan mutu produk. Peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan.

Selain itu, salah satu tindakan untuk memuaskan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini dilihat, bahwa ada beberapa hal

yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan dan kepercayaan bagi para pelanggannya.

Setelah konsumen merasa puas dan percaya kepada produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas dan percaya mereka akan membeli atau memakai ulang serta faktor rekomendasi kepada orang lain untuk membeli atau memakai produk dan jasa ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perlu untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah, dan dapat menjadi bahan pelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang manajemen, diharapkan hasil ini dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya yang tertarik dengan masalah ini.
2. Manfaat Praktis
Diharapkan hasil penelitian ini dapat sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan perusahaan tentang kualitas produk dan pelayanan.
3. Bagi pihak lain
Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan dan sebagai pedoman atau acuan bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

Kerangka Teori Kualitas Produk

Menurut Kotler (2018), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Tjiptono (2015), kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler (2014), sebuah produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Pelayanan

Menurut Kotler (2014), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Tjiptono (2015), kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Laksana (2018), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2017), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

METODE PENELITIAN Kerangka Berfikir

Kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas produk perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Kualitas produk (*product quality*) menurut Kotler dan Armstrong (2015), adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi jasa juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukan bagi pemuas kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Jika persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Jadi kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar - benar mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Kualitas pelayanan memegang peran yang amat penting terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kualitas produk juga tidak kalah penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk menjadi pendorong konsumen untuk menarik keinginan melakukan suatu pembelian jasa guna mendapatkan hasil terbaik sesuai keinginan.

Berdasarkan kerangka teori dari kerangka berfikir diatas, maka model penelitian yang

akan dibahas adalah variable kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Morinda Batam yang secara skematis digambarkan sebagai berikut:

Hipotesis

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel

Populasi dari penelitian ini hanya 60 orang, sehingga sampel dari penelitian ini adalah seluruh konsumen. Adapun teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sensus, karena populasi kurang dari 100 orang, maka lebih baik diteliti semuanya.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data dilakukan dengan memanfaatkan computer melalui program SPSS for windows 22.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

PT. Morinda Batam adalah perusahaan yang bergerak dibidang *fitofarmaka* atau jasa kesehatan yang diresmikan menjadi kantor cabang wilayah Kepulauan Riau pada tanggal 23 Agustus 2009 yang bertempat di Komp. Ruko Orchard Suite Blok B No. 3 Batam Center, Batam. Sebelumnya nama perusahaan PT. Morinda adalah Tahitian Noni Internasional, namun tahun 2012 berganti nama menjadi PT. Morinda. Kantor pertama sebelumnya berada di Komp. Ruko Airmas Blok D No. 8 Batam Center, Batam sebelum berpindah ke Komp. Ruko Orchard Suite Blok B No. 3 Batam Cente. Produk PT. Morinda sendiri bernama tahitian noni dengan berbagai macam produk, seperti tahitian noni *family* rasa mangga dan anggur, tahitian noni original, tahitian noni extra, dan maxidoid.

HASIL PENGUJIAN

Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validasi butir. Ketentuan apakah suatu butir instrumen valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya. Menurut Ghozali dalam Rumengan (2013, 204), uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif, maka butir pertanyaan dan indikator tersebut dinyatakan valid.

Dari semua pertanyaan untuk masing-masing variabel (kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan konsumen) menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Valid. Uji validitas untung masing-masing item variabel menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r_{tabel} untuk $Df = n - 2 = 60 - 2 = 58$ (probability 0,05) yaitu 0,2542.

Analisis Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Kualitas Produk (X_1)	0,714	Reliabel
Pelayanan (X_2)	0,775	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,938	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur variabel kualitas produk, pelayanan dan kepuasan

Coefficients³

Model	Correlations		Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance VIF
(Constant)				
1 KUALITAS PRODUK			.370	1.000
PELAYANAN	.372	.371 .083 .080	.075	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabilitas maka untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variable tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas, dimana model regresi yang baik dengan melihat nilai faktor invasi varian (VIF) yang tidak melebihi 4 atau 5 (Hitnes dan Montgomery dalam Rumengan, 2010). Berikut hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan nilai VIF.

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan table 4.14 di atas, kedua variabel independen yakni kualitas produk dan pelayanan memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang ditentukan (tidak melebihi 4 atau 5), sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independen penelitian ini.

Analisis Regresi

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (kepuasan konsumen) dengan variabel independen (kualitas produk dan pelayanan), dengan tujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat akibat pengaruh dari nilai variabel bebas.

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN Sumber:

Tabel 2 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	11.220	11.956		
KUALITAS PRODUK	.589	.195	.370	3.018	.004
PELAYANAN	.126	.207	.075	.609	.545

Data Primer Diolah, 2015

Hasil pada Tabel 2 dapat dituliskan dalam model persamaan regresi linear sebagai berikut: $Y = 11,220 + 0,589X_1 + 0,126X_2 + e$

Pengujian Hipotesis

Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Dari ketiga variabel yang telah dimasukkan dan diolah datanya dalam perhitungan analisis regresi berganda pada tabel 4.17 diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_1), pelayanan (X_2), memiliki hubungan atau pengaruh dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Untuk penjelasan yang lebih detail mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut akan dijelaskan di dalam uji hipotesis. H_1 : Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada hipotesis pertama, H_1 dalam penelitian ini menyatakan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Hipotesis pertama ini bisa diketahui diterima atau ditolaknya apabila nilai signifikan t dengan taraf

signifikan atau dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , koefisien regresi tersebut signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil pengujian analisis regresi signifikan p -value yang telah peneliti lakukan, menunjukkan bahwa pada nilai Sig. sebesar 0,004 lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,05 (5%) dan pada hasil uji t menjelaskan bahwa $t_{hitung} = 3.018$ lebih besar dari $t_{tabel} =$

0,609. Yang memiliki arti bahwa pada variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel penjualan, atau H_1 diterima.

Pada hipotesis kedua, H_2 dalam penelitian ini menyatakan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hipotesis kedua ini bisa diketahui diterima atau ditolaknya apabila nilai signifikan t dengan taraf signifikan atau dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , koefisien regresi tersebut signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil pengujian analisis regresi signifikan p -value yang telah peneliti lakukan, menunjukkan bahwa pada nilai Sig. sebesar 0,545 lebih besar dari taraf signifikan yaitu 0.05 (5%). Yang memiliki arti bahwa pada variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen, atau H_2 ditolak.

Tabel 3 Model Uji Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square F	Sig.
Regression	417.118	2	208.559	4.782
1 Residual	2485.865	57	43.612	
Total	2902.983	59		.012 ^b

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil pengujian dengan SPSS variabel independen secara bersama-sama diperoleh nilai $F_{hitung} = 4.782$ dengan nilai probabilitas F (Sig.) adalah sebesar 0,012 ($Sig_{.012} < \alpha_{0.05}$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka hipotesis ketiga diterima. Dapat disimpulkan kualitas produk (X_1) dan pelayanan (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Morinda Batam.

Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Nilai *R-Square* adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas (Rumengan, 2010). Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Koefisien Determinasi _ Model Summary^b

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.379 ^a	.144	.114
			6.604

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil koefisien korelasi berganda adalah 0,379, sedangkan nilai *adjusted R-Square* adalah 0,114 atau 11,4%. Hasil ini mengindikasikan bahwa 11,4% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X_1) dan pelayanan (X_2), sisanya sebesar 88,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang

tidak diteliti. Karena kurangnya variabel bebas dalam penelitian ini, sehingga untuk penelitian selanjutnya perlu ditambahkan variabel bebasnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, data diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel X_1 (kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,589. Ini berarti semakin baik kualitas produk kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Morinda Batam. Variabel X_1 (kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) tahitian noni pada PT. Morinda Batam dengan probabilitas Sig.0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_1 diterima. Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler,2005).
2. Terdapat pengaruh variabel X_2 (pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,126. Ini berarti semakin baik pelayanan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Morinda Batam. Variabel X_2 (pelayanan) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) tahitian noni pada PT. Morinda Batam dengan probabilitas Sig.0,545 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka H_2 ditolak. Hal ini terjadi karena pelayanan yang diberikan tidak maksimal, pelayanan yang dilakukan pada saat ini hanyalah ketersediaan produk dikantor tidak memadai, informasi yang disampaikan kurang dipahami konsumen, manajemen waktu dari perusahaan kurang baik, sedangkan permintaan dari konsumen tidak pasti. Menurut Tjiptono (2005), kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan yaitu: suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.
3. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan pelayanan (X_2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) ini dapat dilihat dari hasil uji F Sig.0,012 lebih kecil dari $\alpha=0,05$ maka H_3 diterima. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2005).
4. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,114. Hal ini berarti 11,4% variasi variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X_1) dan pelayanan (X_2) sedangkan sisanya sebesar 88,6% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Karena kurangnya variabel bebas dalam penelitian ini, sehingga untuk penelitian selanjutnya perlu ditambahkan variabel bebasnya. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah terhadap variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti

meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Saran

Sehubungan dengan hal-hal yang telah penulis kemukakan di atas, maka disini penulis akan memberikan sedikit saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan dan mendukung pemecahan masalah serta untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk yang ada pada PT. Morinda Batam sudah cukup baik, baik dari segi kualitas, keamanan dalam mengkonsumsi dan sebagainya. Namun perusahaan juga perlu meningkatkan lagi kualitas produk seperti:
 - a. Menjaga kualitas produk yang diberikan untuk konsumen agar terjamin keamanannya untuk dikonsumsi.
 - b. Perusahaan harus meyakinkan konsumen bahwa khasiat Tahitian noni jauh lebih baik dari produk kesehatan lainnya.
2. Pelayanan yang ada pada PT. Morinda Batam sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan lagi untuk pelayanan seperti:
 - a. Untuk kantor cabang PT. Morinda lebih diperbanyak lagi agar produk lebih dikenal oleh masyarakat.
 - b. Menjaga hubungan baik dan bersikap ramah terhadap konsumen agar konsumen merasa nyaman.
 - c. Ketersediaan produk di kantor tidak memadai, suatu produk atau barang yang dibutuhkan konsumen harus selalu tersedia, sebelum ketersediaan produk di kantor habis, perusahaan harus menyediakan produk yang dibutuhkan lebih awal untuk menghindari pada saat konsumen ingin membeli barang, barangnya selalu tersedia.
 - d. Informasi yang disampaikan kurang dipahami konsumen, kemampuan dalam menyampaikan informasi harus jelas agar pesan yang kita sampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
 - e. Manajemen waktu dari perusahaan kurang baik, suatu perusahaan harus memperhatikan manajemen waktu, karena untuk menjaga citra perusahaan baik itu perusahaan kecil maupun perusahaan yang besar agar terciptanya konsistensi dan kedisiplinan dalam ketepatan waktu.
3. Kepuasan konsumen yang ada pada PT. Morinda Batam disarankan untuk:
 - a. Pelayanan yang cepat dan tepat harus diperhatikan, seperti ketersediaan produk di kantor habis, informasi yang disampaikan kurang dipahami konsumen, manajemen waktu pada perusahaan agar lebih diperhatikan.
 - b. Siap melayani keluhan konsumen, pelayanan yang ramah sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diciptakan oleh PT. Morinda Batam.
4. Bagi peneliti selanjutnya, walaupun pada penelitian ini jumlah sampel telah memenuhi syarat penelitian, namun pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel dengan jumlah yang lebih banyak, sehingga hasil jawaban yang diambil bisa lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kirom, Bahrul. 2015. Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Cetakan Keempat (edisi revisi). Penerbit Pustaka Reka Cipta. Bandung Jawa Barat.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Cetakan Kedua Edisi 13. Penerbit Erlangga.
- Sangadji, 2014. Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama. Andi Publisher. Yogyakarta.
- Mamang Sangadji, Etta 2014. Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama. Andi Publisher. Yogyakarta.

-
- Sunyoto, Danang. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Caps. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama . Caps. Yogyakarta.
- Wijaya, Tony. 2011. Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus penelitian). Cetakan Kedua. Jakarta.