

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN  
PRODUK KARET *RIBBED SMOKED SHEET* PT.  
PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO)**

**TESIS**

OLEH

**MUHAMMAD ADLIN PANJAITAN  
NPM: 181802001**



**PROGRAM MAGISTER AGRIBISNIS  
PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)24/12/21

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN  
PRODUK KARET *RIBBED SMOKED SHEET* PT.  
PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO)**

**TESIS**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada  
Pascasarjana Universitas Medan Area

OLEH

**MUHAMMAD ADLIN PANJAITAN  
NPM: 181802001**

**PROGRAM MAGISTER AGRIBISNIS  
PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)24/12/21

**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MAGISTER AGRIBISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Judul** : Analisis Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Karet *Ribbed Smoked Sheet* PT. Perkebunan Nusantara III (Persero)  
**N a m a** : Muhammad Adlin Panjaitan  
**N P M** : 181802001

**Menyetujui**

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS**

**Pembimbing II**



**Dr. Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc**

**Ketua Program Studi  
Magister Agribisnis**



**Prof. Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA**

**Direktur**



**Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)24/12/21

**Telah diuji pada Tanggal 20 Agustus 2021**

---

---

**N a m a : Muhammad Adlin Panjaitan**

**N P M : 181802001**



**Panitia Penguji Tesis :**

**Ketua : Prof. Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA**

**Sekretaris : Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si**

**Pembimbing I : Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS**

**Pembimbing II : Dr. Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc**

**Penguji Tamu : Dr. Ir. Erwin Nyak Akoeb, MS**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Medan, 20 Agustus 2021

Yang menyatakan,



**Muhammad Adlin Panjaitan**

## Format Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah Mahasiswa

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di

bawah ini:

Nama : **Muhammad Adlin Panjaitan**

NPM : **181802001**

Program Studi : **MAGISTER AGRIBISNIS**

Fakultas : **PASCASARJANA**

Jenis karya : **Tesis**

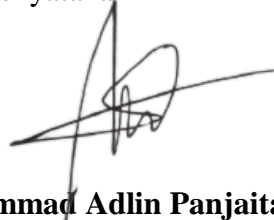
demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Karet Ribbed Smoke Sheet Pt.Perkebunan Nusantara III ( Persero ) Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 2 Desember 2021

Yang menyatakan



(**Muhammad Adlin Panjaitan**)

## ABSTRAK

### ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PRODUK KARET RIBBED SMOKED SHEET PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO)

**Nama** : Muhammad Adlin Panjaitan  
**NPM** : 181802001  
**Program Studi** : Magister Agribisnis  
**Pembimbing I** : Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani., MS  
**Pembimbing II** : Dr. Ir. E. Harso Kardhinata., M.Sc

Kompetisi antar perusahaan saat ini sangat ketat, seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya Perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama. Pelanggan juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan wujud fisik, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan pada PT Perkebunan Nusantara III (PERSERO). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode adalah analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO). Artinya, kualitas produk dan kualitas pelayanan di PT Perkebunan Nusantara III sangat baik.

**Kata Kunci:** kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen

## ABSTRAK

### **ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION LEVEL OF RIBBED SMOKED SHEET RUBBER PRODUCTS PT. PLANTATION NUSANTARA III (PERSERO)**

**Nama** : *Muhammad Adlin Panjaitan*  
**Student Id. Number** : *181802001*  
**Sudy Program** : *Master of Agribusiness*  
**Advisor I** : *Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS*  
**Advisor II** : *Dr. Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc*

*Competition between companies is currently very tight, along with the development of science and technology. The modern marketing concept has also developed by placing consumers as the main concern. Manufacturers are competing to be able to compete with their competitors. This can be seen from the increasing number of companies that produce products with the same type and use. Customers are also more selective and critical in choosing products. Consumers no longer buy products based solely on physical appearance, but also include all aspects of the service attached to the product. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at PT Perkebunan Nusantara III (PERSERO). The type of research used is associative research with the method of Multiple Linear Regression analysis. The results showed that product quality and service quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction at PT Perkebunan Nusantara III (PERSERO). This means that the product quality and service quality at PT Perkebunan Nusantara III are very good.*

**Keywords:** *product quality, service quality, consumer satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunia-Nya sehingga Tesis ini berhasil diselesaikan dengan judul **Analisis Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Karet *Ribbed Smoked Sheet* PT. Perkebunan Nusantara III (Persero)**.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS dan Dr. Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc, selaku pembimbing serta Prof. Dr. Ir. Yusniar Lubis, M.MA, yang telah banyak memberikan saran. Disamping itu penghargaan penulis sampaikan kepada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) yang telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga atas segala doa dan perhatiannya.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tesis ini. Penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Penulis

Muhammad Adlin Penjaitan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	10
1. Karet .....	10
2. Hasil Olahan Karet .....	12
3. Kualitas Produk .....	13
4. Kualitas Pelayanan .....	15
5. Kepuasan Konsumen/Pelanggan .....	18
6. <i>Repurchase Behavior</i> .....	20
7. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Repurchase</i> .....	21
2.2 Kerangka Pemikiran .....	23
2.3 Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Populasi .....	25
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	27
3.3 Sampel .....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5 Metode Analisis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	35
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	38
4.3 Pembahasan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Instrumen Skala Likert .....	26
4.1 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	39
4.2 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	43
4.3 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	47
4.4 Hasil Uji Validitas X1 (Kualitas Produk) .....	52
4.5 Hasil Uji Validitas X2 (Kualitas Pelayanan).....	53
4.6 Hasil Uji Validitas Y (Kepuasan Pelanggan).....	54
4.7 Hasil Uji Reliabilitas X1 ( Kualitas Produk).....	55
4.8 Hasil Uji Reliabilitas X2 (Kualitas Pelayanan).....	55
4.9 Hasil Uji Reliabilitas Y (Kepuasan Pelanggan) .....	56
4.10 Uji Multikolinieritas .....	58
4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	61
4.13 Hasil Uji Parsial ( Uji t).....	62
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	23
4.1 Histogram Uji Normalitas.....	56
4.2 P-Plot Uji Normalitas .....	57
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i> .....	59



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya

pemasaran berwawasan transaksi (*transactional marketing*) berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan (*relationship marketing*). Sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Kotler, 1994 dalam Hasan, 2006). Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Negara Indonesia adalah negara yang kaya akan keanekaragaman hayati baik flora maupun fauna yang tersebar di seluruh penjuru negeri dari ujung barat hingga timur. Keanekaragaman hayati tersebut menjadi harta yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup masyarakat dan negara. Salah satu manfaat yang bisa dirasakan adalah di bidang perkebunan. Perkebunan adalah kegiatan pengusahaan tumbuhan tertentu pada tanah atau media tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai secara profesional dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat (Wikipedia, 2017).

Kegiatan perkebunan di Indonesia sudah dimulai sejak era kolonial Belanda. Sektor perkebunan memiliki kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Bersama dengan sektor pertanian, kehutanan, perburuan dan perikanan, industri perkebunan sampai dengan Februari 2019 menyerap 31,86% dari total angkatan kerja di Indonesia yaitu 124,54 juta orang, dan menyumbang 5,2% bagi Produk Domestik Bruto Indonesia pada Triwulan II 2019

(BPS, 2019). Hingga saat ini komoditas utama perkebunan di Indonesia antara lain tebu, teh, kelapa sawit, tembakau, cengkeh, kopi, dan karet yang dikelola secara 2 perseorangan, perusahaan swasta dan perusahaan perkebunan milik Negara salah satunya yaitu PT Perkebunan Nusantara. Produksi karet Sumatera Utara mencapai 556.564,44 ton dengan luas lahan berkisar 589.164,85 hektar. Sementara itu, produksi PT Perkebunan Nusantara (PTPN) sebanyak 35.057,84 ton dengan lahan seluas 38.529,85 hektar.

PT Perkebunan Nusantara III (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit dan karet. Perusahaan ini berkantor pusat di Medan, Sumatra Utara dan resmi didirikan dari hasil restrukturisasi BUMN pada tahun 1996. Direktur Utama perusahaan adalah Dasuka Amsir (sejak 2017) sedangkan Komisaris Utama adalah Achmad Mangga Barani Joefly J. Bahroen.

Pada tahun 2018, total luas areal yang dimiliki oleh PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Holding Perkebunan adalah 1.181.751,03 Ha dengan status pengusahaan lahan sekitar 68% sudah bersertifikat, 20% sertifikat berakhir/dalam proses perpanjangan dan 12% belum bersertifikat. Sedangkan total planted area yang dimiliki PTPN sebesar 817.536 Hektar yang terdiri dari komoditi kelapa sawit, karet, teh, tebu, kopi, kakao, tembakau, kayu dan hortikultura. PT Perkebunan Nusantara III menjalankan usaha di bidang agribisnis dengan komoditi utama yaitu kelapa sawit, karet, tebu dan teh.

Sumatera dikenal sebagai penghasil karet bermutu tinggi, lebih dari 38.000 hektar lahan karet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) diusahakan

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

Sebuah perusahaan perlu melakukan distribusi, dan hal ini sangat penting bagi pembangunan perekonomian masyarakat karena bertugas menyampaikan barang dan jasa yang di perlukan oleh konsumen. Setelah barang dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah mentukan metode dan rule yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Saluran distribusi suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen.

Gambaran tentang pemasaran secara luas dapat diketahui dari definisi yang dikemukakan oleh William J. Stanson : Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun potensial.

Selama 5 tahun terakhir penjualan RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami penurunan yang cukup signifikan selama 5 tahun. Pada tahun 2016, RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami penurunan penjualan dari 2.647.104 kg menjadi 2.144.992 kg. Di tahun 2017, RSS PT Perkebunan



Nusantara III mengalami kenaikan penjualan menjadi 2.314.343 kg. Di tahun 2018, RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami penurunan penjualan menjadi 1.866.000 kg, dan di tahun 2019 penjualan RSS PT Perkebunan Nusantara III mengalami kenaikan menjadi 2.001.754 kg.

Sejak dekade 1980 hingga tahun 2017, permasalahan karet Indonesia adalah rendahnya produktivitas dan mutu karet yang dihasilkan, khususnya oleh petani karet rakyat. Sebagai gambaran produksi karet rakyat hanya 600 – 650 kg KK/HA/Tahun. Meskipun demikian, peranan Indonesia sebagai produsen karet alam dunia masih dapat diraih kembali dengan memperbaiki teknik budidaya dan pasca panen/pengolahan, sehingga produktivitas dan kualitasnya dapat ditingkatkan secara optimal.

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

1. Memiliki daya lenting dan daya elastisitas yang tinggi.
2. Memiliki plastisitas yang baik sehingga pengolahannya mudah.
3. Mempunyai daya aus yang tinggi.
4. Tidak mudah panas (*low heat build up*) dan memiliki daya tahan yang tinggi terhadap keretakan (*groove cracking resistance*).

Proses pemasaran dan penjualan dari PT Perkebunan Nusantara III dilakukan dengan 2 (dua) cara. Pertama, PT Perkebunan Nusantara III mengirimkan produk beserta mutu dan spesifikasinya kepada PT Kharisma

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

Tjiptono (1997) memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau dikonsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa produk tidak hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti pakaian, makanan, gula, teh, minyak

sawit atau produk hasil jadi PT Perkebunan Nusantara III lainnya. Akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa. Hal tersebut dilakukan tidak hanya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan, namun juga sebagai langkah perusahaan menjalin kerjasama yang baik dengan pembeli.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa PT Perkebunan Nusantara III yang merupakan perusahaan perkebunan BUMN satu-satunya di Provinsi Sumatera Utara, ternyata mengalami penurunan jumlah konsumen dan berakibat pada menurunnya tingkat penjualan. Melihat permasalahan tersebut, PT Perkebunan Nusantara III harus mencari upaya agar eksistensinya tidak semakin tergerus oleh kekuatan pesaing global dan lokal. Berdasarkan pada masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pembelian produk *Ribbed Smoked Sheet* PT Perkebunan Nusantara III?
2. Apakah kualitas pelayanan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pembelian produk *Ribbed Smoked Sheet* PT Perkebunan Nusantara III?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk *Ribbed Smoked Sheet* PT Perkebunan Nusantara III.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian produk *Ribbed Smoked Sheet* PT Perkebunan Nusantara III.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dirumuskan dari dilakukannya penelitian ini terdiri dari dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pada khususnya.

#### 2. Kegunaan Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan perusahaan perkebunan dan niat pembelian ulang konsumen.

##### b. Bagi Perusahaan

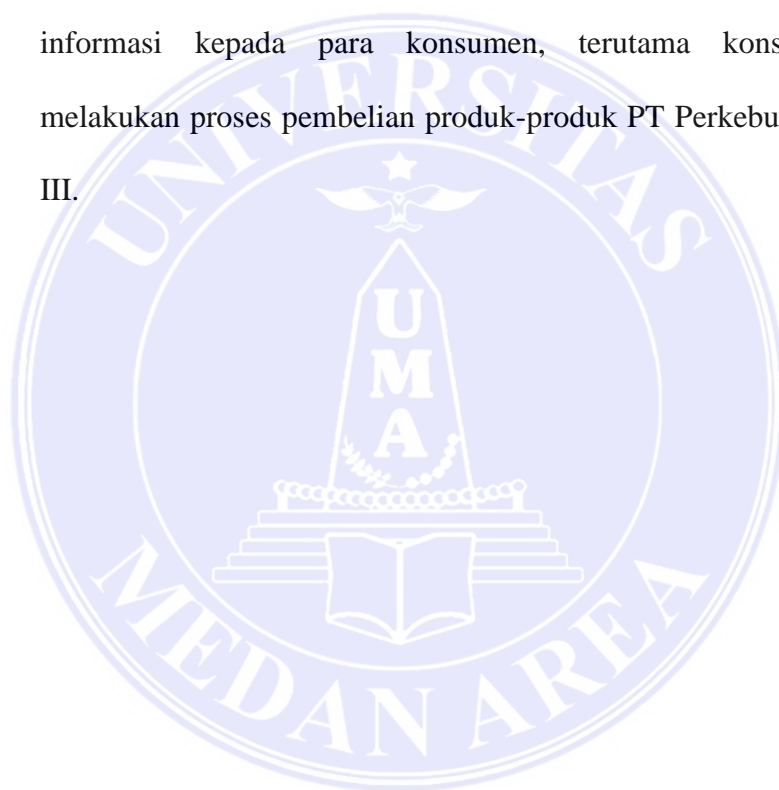
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi kepada perusahaan dalam hal kualitas produk

dan kualitas pelayanan sehingga dapat digunakan perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan penjualan dan memberikan pertimbangan dalam penyusunan retention program sehingga mampu mempertahankan pelanggan untuk waktu yang lama.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan tambahan informasi kepada para konsumen, terutama konsumen dalam melakukan proses pembelian produk-produk PT Perkebunan Nusantara

III.



## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 1. Karet

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

Di Indonesia dan negara lain pada umumnya, lateks sebagai bahan baku karet didapat dari melukai kulit batang pohon karet atau yang disebut juga penderesan sehingga keluar cairan kental melalui sebuah talang yang kemudian ditampung oleh mangkuk. Cairan ini keluar akibat tekanan turgor dalam sel yang terbebaskan akibat pelukaan. Aliran berhenti apabila semua isi sel telah habis dan luka tertutup oleh lateks yang membeku. Di PTPN III, penderesan ini biasanya dilaksanakan pada pagi hari sekitar pukul 04.00 – 05.00 WIB setiap harinya,

karena pada waktu tersebut proses pengeluaran getah atau lateks berjalan optimal dan mampu menghasilkan lateks berkualitas sangat baik.

Lateks merupakan suatu cairan berwarna putih dan kekuning-kuningan yang diperoleh dengan cara penyadapan (membuka pembuluh lateks) pada kulit tanaman karet (*Hevea brasiliensis* L). Partikel karet dapat terdispersi dengan baik pada larutan, disebabkan adanya gerakan zig-zag (gerakan Brown) dari partikel. Besarnya gerakan Brown dapat mengatasi gaya gravitasi dari partikel karet sehingga tidak terjadi creaming maupun pengendapan. Didalam lateks, isoprene ini diselaputi oleh lapisan protein sehingga partikel karet bermuatan listrik. Protein merupakan rangkaian gabungan dari asam-asam amino yang bersifat dipolar (dalam keadaan netral mempunyai dua muatan listrik) dan amphoter (dapat bereaksi dengan asam atau basa). Lateks segar mempunyai pH = 6,9 (bermuatan negatif). Ion bermuatan negatif tersebut diserap oleh permukaan partikel karet membentuk lapisan yang disebut lapisan stern. Lapisan yang sama-sama bermuatan negatif tersebut menyebabkan terjadinya tolak menolak antara partikel, sehingga latek tidak menggumpal. Jadi selama lateks bermuatan negatif, lateks akan tetap stabil. Pada titik isoelektris, muatan listrik akan mencapai nol sehingga protein tidak stabil, dan akan menggumpal serta lapisan stern akan hilang sehingga antara butir karet terjadi kontak yang mengakibatkan lateks menggumpal.

Karet merupakan bahan utama pembuatan ban, beberapa alat – alat kesehatan, alat – alat yang memerlukan kelenturan dan tahan guncangan.

## 2. Hasil Olahan Karet

Terdapat beberapa macam karet alam yang dikenal, diantaranya merupakan bahan olahan. Bahan olahan ada yang setengah jadi maupun yang sudah jadi. Ada juga karet yang diolah kembali berdasarkan bahan karet yang sudah jadi. Jenis karet alam yang dikenal luas adalah:

### a. Bahan Olah Karet

Bahan olah karet adalah lateks kebun yang diperoleh dari pohon karet *Havea brasiliensis*. Menurut pengolahannya bahan olah karet terdiri dari lateks kebun, sheet angin, slab tipis atau blanket dan lump segar.

### b. Karet Alam Konvensional

Jenis karet alam konvensional pada dasarnya adalah golongan karet sheet. Menurut buku green book, karet alam konvensional dimasukkan kedalam beberapa golongan mutu atau yang disebut *Ribbed Smoked Sheet* (RSS). Produk sheet merupakan salah satu jenis produk olahan yang berasal dari lateks atau getah tanaman karet yang diolah secara teknis mekanis dan kimiawi dengan pengeringan menggunakan rumah asap serta mutunya memenuhi standar *The Green Book* dan konsisten. Daftar yang dibuat green book merupakan pedoman pokok para produsen karet alam konvensional di seluruh dunia.

### c. Lateks Pekat

Produk karet lateks pekat adalah produk olahan lateks alam yang diproduksi dengan menggunakan proses sentrifuge (pemusingan). Lateks pekat ini merupakan jenis produk karet yang berbentuk cairan



pekat, tidak berbentuk lembaran atau padatan lainnya. Produk karet lateks pekat yang dihasilkan PTPN III tersebut merupakan produk setengah jadi dan diolah kembali untuk menjadi produk jadi oleh perusahaan pembeli atau konsumen, misalnya menjadi produk ban, sarung tangan dan lain sebagainya.

d. Karet Bongkah atau Block Rubber

Karet bongkah adalah karet remah yang telah dikeringkan dan dikilang menjadi bandela- bandela dengan ukuran yang telah ditentukan. Karet bongkah ada yang berwarna muda dan di setiapkelasnya mempunyaikode warna sendiri.

e. Karet Crumb Rubber

Produk karet crumb rubber merupakan salah satu bahan setengah jadi karet dimana bahan bakunya berasal dari campuran kompo (gumpalan lateks atau getah dalam mangkuk) dengan slab (lateks atau getah yang dibekukan) yang diproses melalui tahapan pencacahan, penggilingan, maturasi atau pemeraman, pemanasan sampai dengan pengepresan.

Dari sekian banyak jenis olahan karet, PTPN III memproduksi produk karet berupa sheet (RSS), lateks pekat dan crumb rubber (SIR 10/20).

### 3. Kualitas Produk

Ada beberapa pengertian kualitas produk. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada

konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Berikut ini definisi kualitas produk dari para pakar utama.

Menurut Kotler (2000:67) yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Rony A.Rusli mengatakan bahwa: "Pengertian kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat.

Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas adalah sebagai berikut, "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*". Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut "*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*".

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan *output* atau hasil dari salah satu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk, akan tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya. Oleh

karena itu, suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang 37 lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk mengukur kualitas produk karet pada perusahaan pengolahan karet alam PTPN III yang menggunakan empat dimensi yaitu (a) Kinerja produk (*performance to product*) meliputi pengolahan karet, penawaran mutu karet, pengiriman karet, (b) *Conformance to specification* meliputi sesuai dengan sifat teknis dan sesuai dengan sistem mutu, (c) *Durability* meliputi kegunaan teknis dan kegunaan ekonomis, (d) *Serviceability* adalah kemampuan perusahaan dalam memuaskan konsumen antara lain dengan melayani dan menerima setiap keluhan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

#### 4. Kualitas Pelayanan

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

Feigenbaum (Nasution,2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk/jasa. Garvin dan Davis (Nasution,2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi

dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Menurut Gronroos (Jasfar,2005:15), jasa merupakan suatu fenomena yang rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari pengertian yang paling sederhana, yaitu hanya berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain, bisa juga diartikan sebagai mulai dari pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang dapat dilihat (*eksplisit service*) maupun yang tidak dapat dilihat, yang hanya bisa dirasakan (*implisit service*) sampai pada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda lainnya.

Menurut Kotler (Nasution,2004:6), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

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

Ropinov Saputro (2008) dan Suhartini Karim (2007) mengemukakan model *service quality* dengan dimensi *timeliness, apology, redress, facilitation, credibility* dan *attentiveness*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ropinov

Saputro ini menunjukkan bahwa keenam dimensi tersebut mempunyai *pengaruh yang kuat* terhadap kepuasan konsumen yang akhirnya akan melakukan pembelian ulang.

Faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah:

- a. *Timeliness* (kecepatan merespon) adalah tindakan organisasi dalam kecepatan merespon keluhan pelanggan. Kecepatan respon memiliki hubungan positif dengan keinginan untuk membeli ulang (Colon dan Muray dalam Ropinov 2008).
- b. *Apology* (permintaan maaf) adalah tindakan organisasi untuk minta maaf kepada pelanggan saat ada pelanggan yang mengeluh tentang produk organisasi. (Godma, Malech dan Boy dalam Ropinov 2008).
- c. *Redress* (perbaikan) adalah respon organisasi untuk mengganti atau memperbaiki produk ketika pelanggan memiliki masalah. Hal ini berkaitan dengan actual outcome yang diterima oleh pelanggan dari organisasi.
- d. *Facilitation* (pembantuan) organisasi dapat berupa telepon, garansi, prosedur keluhan yang tidak menjengkelkan dan lain –lain.
- e. *Credibility* (kredibilitas) adalah suatu respon untuk menyikapi bahwa pelanggan telah mendapat masalah (Moris,1999).
- f. *Attentiveness* (perhatian), merujuk pada interaksi antara wakil organisasi dengan pelanggan yang mengeluh. Perhatian adalah sebuah dimensi yang kompleks karena tergantung pada kepercayaan pada orang, bukan kepercayaan pada prosedur.

Zeithamal dan Bitner (Arif,2007:120), mengemukakan arti kualitas jasa

atau pelayanan merupakan penyampaian jasa yang baik atau sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan. Wyckof (Arief,2007:118), mengungkapkan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (Arief,2007:118), kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Berdasarkan definisi di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

### **5. Kepuasan Konsumen/Pelanggan**

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, p.35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa

puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut teori Supranto dalam jurnal Susanti (2012), kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang 16 berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Kesesuaian yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa atau produk maka konsumen berada pada diskonfirmasi. Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut menurut para ahli, bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

#### a. Indikator Kepuasan Konsumen

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

- i. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
- ii. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain

- iii. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
- iv. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama :  
Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

## 6. *Repurchase Behavior*

Menurut dalam buku Widjaja B.T (2009, p.63), *Repurchase Behavior* adalah suatu keputusan dimana konsumen melakukan pembelian kembali. Menurut teori Fornel dalam jurnal Sahin A, Zehir C dan Kitapci H (2012), *Repurchase Intentions* mengacu pada kemungkinan seseorang dalam menggunakan kembali suatu merek di masa depan. *Repurchase Intentions* merupakan salah satu perilaku dalam melakukan proses keputusan pembelian. Menurut teori Suryani dalam jurnal Rizal (2013), melakukan pembelian secara teratur atau berulang adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Sedangkan menurut teori Schiffman-Kanuk dalam jurnal Rizal (2013), ada dua tipe pembelian yaitu pembelian untuk percobaan dan pembelian ulang.

Pembelian percobaan merupakan tahap penyelidikan dari perilaku pembelian dimana konsumen berusaha mengevaluasi produk dengan mencoba. Jika suatu produk dibeli dengan percobaan ternyata memuaskan atau lebih memuaskan dari produk sejenis yang sebelumnya digunakan, maka konsumen berkeinginan untuk membeli ulang (*repurchase behavior*).



a. Indikator *Repurchase Behavior*

Menurut teori Yi dan Suna dalam jurnal Sahin A, Zehir C dan Kitapci H (2012), *repurchase behavior* dapat diukur melalui dua indikator yaitu :

- i. *Repeat purchase intention* adalah pembelian yang dilakukan dalam intensitas yang berulang. Dalam penelitian ini *Repeat purchase intention* adalah kondisi dimana konsumen memiliki tingkat intensitas pembelian karet jenis *Ribed Smoke Sheet* kepada PT PTPN III.
- ii. *Repurchase probability* adalah suatu kemungkinan terjadinya pembelian kembali. Dalam penelitian ini maka *Repurchase probability* adalah kemungkinan yang dihadapi konsumen untuk membeli kembali karet jenis *Ribed Smoke Sheet* kepada PT PTPN III.

**7. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen terhadap *Repurchase Behavior***

dalam *International Journal of Economics and Management Sciences* Vol 1 No.5 (2011), yang berjudul *Impact of Perceived Value on Word of Mouth Endorsement and Customer Satisfaction : Mediating Role of Repurchase Intentions*, menyatakan bahwa penelitian ini menemukan bahwa kepuasan konsumen akan berdampak kepada minat konsumen untuk datang kembali. Hasil pengaruh regresi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen secara positif berpengaruh terhadap *repurchase behavior*.

Roger Hallowell, (1996) "*The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study*", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7 Iss: 4, pp.27 – 42, menyajikan temuan sebuah studi yang dilakukan pada data dari operasi ritel-banking sebuah bank

besar menggambarkan hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan loyalitas pelanggan terhadap profitabilitas, menggunakan beberapa ukuran kepuasan, loyalitas, dan profitabilitas. Perkiraan dampak peningkatan kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas (asumsi kausalitas hipotesis) menunjukkan bahwa kenaikan dicapai dalam kepuasan secara dramatis dapat meningkatkan profitabilitas.

Dalam jurnal yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Membeli Ulang (2006), menyatakan bahwa penelitian ini menemukan pengaruh langsung kualitas layanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap peningkatan minat membeli ulang.

Dalam *International Journal of Marketing Theory and Practice Vol 11 No. 4* (2003), yang berjudul *Loyalty : The Influences of Satisfaction and Brand Community Integration*, menyatakan bahwa penelitian ini mengeksplorasi dampak relatif dari kepuasan dan pengalaman konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

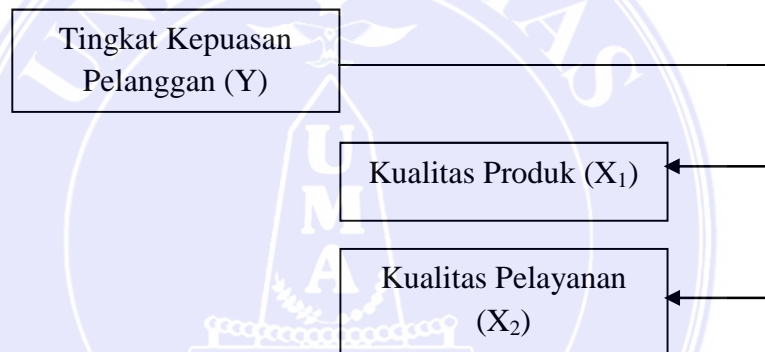
Dalam *Journal of Sport Management (2010), Vol 24*, hal 83-105, yang berjudul Beragam Cara untuk Melakukan Pembelian Kembali, Studi Kasus Industri Kesehatan dan Kebugaran, menyatakan dalam penelitian ini meneliti kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* pada Gym. Hasil menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (*overall satisfaction*) tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention*.

Dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelayanan Flexi di Kota Semarang

dengan *Intervening* Kepuasan Pelayanan Vol 12, No. 1 (2010), menyatakan bahwa penelitian ini membahas dan mempertahankan pelanggan kita perlu menciptakan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kualitas dengan *intervening* dan kualitas produk dan harga.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan studi terdahulu diatas maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Tingkat Kepuasan Pelanggan**

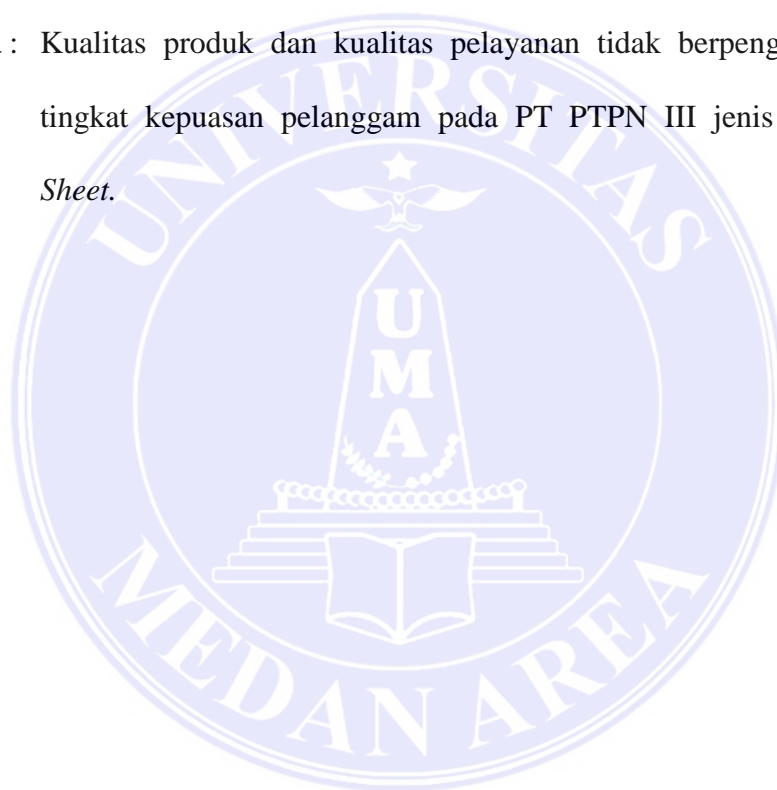
## 2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penulis menggunakan hipotesis asosiatif yang dimana

menurut Sugiyono (2010) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif yang menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah:

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

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



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi**

Sugiono (2009:76) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 45 perusahaan. Dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi apabila dalam jumlah yang sangat banyak, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sehubungan dalam penelitian ini konsumen atau pembeli tetap produk karet PTPN III hanya berjumlah 45 perusahaan, sehingga seluruh pembeli tersebut adalah populasi yang dijadikan sebagai responden yang akan diteliti dalam penelitian ini.

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

**Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert**

No	Pernyataan	Skala (Skor Positif)	Skala (Skor negatif)
1	Sangat setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Netral	3	3
4	Tidak setuju	2	4
5	Sangat tidak setuju	1	5

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

Mengingat penelitian ini lebih diarahkan pada pengujian kebenaran suatu hipotesis, menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif analisis. Menurut Sugiyono (2011:11), metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan yang ada pada suatu perusahaan berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama, kedua dan ketiga yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai suasana toko, kualitas layanan dan tingkat kepuasankonsumen. Sedangkan metode

verifikatif menurut Sugiyono (2011:11) merupakan suatu metode penelitian yang ditunjuk untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:59) variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen/bebas (X), yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Y).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Rusiadi (2013: 14), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan pola/bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Menurut Sugiono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.

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

### 3.3 Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2011:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2011:74). Sedangkan metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak, sehingga jumlah populasi seluruhnya menjadi sampel sebanyak 45 responden. Sangadji dan Sopiah (2010:189) menjelaskan bahwa *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil.



### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

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

### 3.5 Metode Analisis Data

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

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam

penelitian. Hasil penelitian yang valid adalah apabila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pernyataan adalah nilai *Corrected Item Total Correlation* atau nilai  $r_{hitung}$  harus berada diatas 0.3. Hal ini dikarenakan jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari 0.3 , berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid Sugiyono (2010:48).

#### b. Uji Reliabilitas

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

## 2. Uji Asumsi Klasik

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

Uji asumsi klasik yang sering digunakan, yaitu :

### a. Uji Normalitas

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

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila

nilai *tolerance value* > 0,10 atau *VIF* < 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas Rusiadi (2014: 154).

c. Uji Heterokedastisitas

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

### 3. Regresi Linier Berganda

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 +$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan (*Dependen Variable*)

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk (*Independent Variable*)

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan (*Independent Variable*)

a = Konstanta

- b = Koefisien Prediktor  
= Error Term/ Tingkat Kesalahan

#### 4. Pengujian Kesesuaian

##### a. Uji F

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

Terima Ho (tolak H<sub>i</sub>), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \langle 5\%$

Tolak Ho(terima H<sub>i</sub>), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \langle 5\%$

Rumus Uji F adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi berganda dikuadratkan

n = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas

##### b. Uji t

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

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Ho : 1 : 2 = 0, tidak ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_0 : 1 : 2 \bar{0}$ , ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5 \%$ , maka  $H_0$  diterima.

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5 \%$ , maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima).

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

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

Keterangan:

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

#### c. Determinasi

Pengujian Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang semakin kecil mendekati nol menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, bila  $R^2$  semakin besar mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada konsumen PT PTPN III. Hal ini berarti kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada konsumen PT PTPN III. Hal ini berarti kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya Kepuasan Pelanggan.
3. Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) pada PT PTPN III dengan tingkat korelasi sedang.

#### 5.2 Saran

Dari hasil penelitian di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan kepada PT PTPN III adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk RSS harus menjadi salah satu perhatian utama PT PTPN III, sebab kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. PT PTPN III diharapkan agar tetap mengkondisikan sistem kerja yang baik demi meningkatkan Kualitas Produk RSS.

2. Kualitas Pelayanan para pegawai juga hendaknya juga diperhatikan oleh PT PTPN III, sebab faktor Kualitas Pelayanan juga mempengaruhi timbulnya sikap atau perilaku yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan. PT PTPN III harus mampu meningkatkan Kualitas Pelayanan para pegawainya misalnya dengan cara memberikan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan karyawan dan tidak memberikan jabatan rangkap yang bisa menyebabkan menurunnya produktivitas kerja pegawai serta memberikan *Job Description* yang jelas kepada pegawai.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh juga terhadap penjualan karet di PT. Perkebunan Nusantara III. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama untuk memenangkan persaingan. Maka dari itu, sebaiknya PT. Perkebunan Nusantara III terus meningkatkan perhatian, kepedulian dan hubungan baik dengan konsumen.  
Kepada peneliti selanjutnya, hendaknya untuk lebih mengembangkan variabel penelitian yang lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi perilaku Kepuasan Pelanggan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Bebas, w. (2017, februari 24). *wikipedia indonesia*. Diambil kembali dari wikipedia web site: <https://en.wikipedia.org/wiki/bamar>
- Fandi Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Andi: Yogyakarta
- Anderson, E.W; Fornell, C and Lehmann, D.R, 1994, "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Finding From Sweden", *Journal of Marketing*, Vol.58. Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2014, *Statistik Industri Karet Remah (Crumb Rubber) Sumatera Utara*, Medan ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).
- Pengolahan Wilayah Potensial Karet. Badan Pusat Statistik, 2010, *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia*, Jilid 1, Jakarta.
- Buletin Karet (Informasi Pasar dan Perkembangan Karet Indonesia) No. ISSN 0216 –9908 terbitan tanggal 5 Maret 2012 sampai dengan 5 April 2012.
- Fandy Tjiptono, 2000, *Strategi Pemasaran*, edisi 2, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2006, "Metode Penelitian Manajemen", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fornell, C. Johnson, MD Anderson, EW Cha, and Bryant BE, 2014, "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings", *Journal of Marketing*, Vol. 60.
- Freddy Rangkuti, 2002. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi meningkatkan kualitas pelanggan*, Edisi keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Adhikarini. 2003.
- Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Serba Usaha Makmur Lestari Surakarta.
- FE: UMS. Dharmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

- Elhaitamy T. 2000. Service Excellence: Ujung Tombak Manajemen: Edisi November –Desember.
- Fredy Rangkuti. 2003. Measuring Costumer Satisfaction. PT. Elex Media Computindo
- Indianto, Nur & Bambang Supono. Metodologi Peneleitan Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE. 2002.
- Irawan, Handi. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. 2002. PT Elex Media Computindo : Jakarta.
- Kasmir. 2004. Bank dan lembaga keuangan lainnya. Jakarta: Raja Grafindo Persada .
- Kertajaya, Herman. 2001. Strategi Marketing Plus: Gramedia, Jakarta
- Nasution, M. N. 2004. Manajemen Mutu Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Farida Jaspas, 2005. Manajemen Jasa Pendekatan Terbaru. Ciawi, Bogor: Ghalia, Indonesia.
- Sangadji , Etta Mamang & Sopiah. (2010). Metodologi Penelitian–Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Yogyakarta, ANDI
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Rusiadi, dkk. 2013. Metode Penelitian, Manajemen Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel. Medan: USU Press.

**KUESIONER PENELITIAN****ANALISIS KUALITAS PRODUK TERHADAP TINGKAT KEPUASAN  
PELANGGAN PRODUK KARET *RIBBED SMOKED SHEET* PT.  
PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO)**

Responden yang terhormat,

Guna penyusunan Tesis dalam rangka memenuhi syarat untuk dapat menyelesaikan Strata 2 (Dua) Program Studi Magister Agribisnis Universitas Medan Area, diperlukan data-data dan informasi yang mendukung kelancaran penelitian ini, maka peneliti mohon ketersediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk membantu mengisi kuesioner atau daftar pertanyaan yang telah disediakan.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, penyusun mengucapkan banyak terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Dan peneliti mohon maaf, apabila ada pertanyaan yang kurang berkenan.

**Hormat Saya**

**Muhammad Adlin Panjaitan**

**NPM: 1818020001**

## TATA CARA MENGISI KUESIONER

1. Bapak/Ibu/Saudara/Saudiri sebagai karyawan diminta untuk memberikan tanggapan jawaban atas pernyataan sebagaimana tersebut di bawah ini:
2. Berikan jawaban hanya menandai salah satu jawaban yang telah disediakan masing-masing pernyataan (tanda atau x)
3. Sakala berikut dipakai untuk mendefinisikan pengukuran pilihan yaitu:
  - 1 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju)
  - 2 untuk jawaban TS ( Tidak Setuju)
  - 3 untuk jawaban N (Netral)
  - 4 untuk jawaban S (Setuju)
  - 5 untuk jawaban SS (Sangat Setuju)
4. Periksa kembali apakah jawaban anda telah sesuai.

### A. Pernyataan Mengenai Kualitas Produk (X1)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> berada dalam keadaan kering.					
2	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> berada dalam keadaan kuat.					
3	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> berada dalam kondisi baik.					
4	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> tidak cacat.					
5	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> tidak ada kotoran.					
6	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> tidak terdapat pasir.					
7	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> tidak ada gelembung-gelembung udara.					
8	Setiap lembar <i>Ribbed Smoked Sheet</i> terlihat kuat.					
9	<i>Ribbed Smoked Sheet</i> memiliki warna yang cerah.					
10	Tidak ada kerusakan di setiap lembaran <i>Ribbed Smoked Sheet</i> .					

**B. Pernyataan Mengenai Kualitas Pelayanan (X2)**

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Penampilan karyawan PT PTPN III bersih dan rapi.					
2	Karyawan PT PTPN III memberikan layanan secara tepat sejak awal.					
3	Karyawan PT PTPN III melayani Anda dengan cepat.					
4	Karyawan PT PTPN III tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan Anda.					
5	Karyawan PT PTPN III tepat waktu dalam memberikan janji.					
6	Anda merasa aman dalam bertransaksi dengan Karyawan PT PTPN III.					
7	Para karyawan PT PTPN III secara konsisten bersikap sopan kepada Anda.					
8	PT PTPN III memiliki jam beroperasi yang nyaman bagi semua tamu perusahaan.					
9	Karyawan PT PTPN III selalu mengutamakan kepentingan Anda.					
10	Karyawan PT PTPN III selalu bersedia membantu anda.					

### C. Pernyataan Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Kualitas produk <i>Ribbed Smoked Sheet</i> sesuai dengan SNI.					
2	Ketepatan waktu penyerahan produk sesuai dengan waktu yang ditentukan.					
3	Harga yang ditawarkan PT PTPN III kompetitif.					
4	Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan PT PTPN III sangat baik.					
5	Komunikasi yang terjalin antara karyawan PT PTPN III dan pelanggan terjalin dengan baik.					
6	Anda merasa aman dalam bertransaksi dengan Karyawan PT PTPN III.					
7	Para karyawan PT PTPN III secara konsisten bersikap sopan kepada Anda.					
8	PT PTPN III memiliki jam beroperasi yang nyaman bagi semua tamu perusahaan.					
9	Karyawan PT PTPN III selalu mengutamakan kepentingan Anda.					
10	Karyawan PT PTPN III selalu bersedia membantu anda.					