



---

**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap  
Kepuasan Konsumen Pt. Fifgroup Cabang Jembe**

**Heri Setiawan<sup>a</sup>, Hary Sulaksono<sup>b</sup>, Haifa<sup>c</sup>**

<sup>a</sup>Mahasiswa STIE Mandala Jember, [heri@gmail.com](mailto:heri@gmail.com)

<sup>b</sup>Dosen STIE Mandala Jember, [hary@stie-mandala.ac.id](mailto:hary@stie-mandala.ac.id)

<sup>c</sup>Dosen STIE Mandala Jember, [haifa@stie-mandala.ac.id](mailto:haifa@stie-mandala.ac.id)

E-mail Penulis Korespondensi : [hary@stie-mandala.ac.id](mailto:hary@stie-mandala.ac.id)

---

**INFO ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Dikirim 7 Oktober 2021

Direvisi 20 Oktober 2021

Diterima 6 November  
2021

**Keywords:**

*Product Quality, Service  
Quality, Company Image  
and Consumer Satisfaction*

**Kata Kunci:**

*Kualitas Produk, Kualitas  
Pelayanan, Citra  
Perusahaan dan Kepuasan  
Konsumen*

**ABSTRACT**

*The purpose of the study was to determine the effect of product quality, service quality and corporate image on customer satisfaction at PT FIFGROUP Jember Branch. The population in this study were consumers of PT FIFGROUP Jember Branch, amounting to 80 consumers who were used as respondents. The analytical model used in this study is multiple linear regression analysis. The results showed that partially product quality and service quality had an effect on consumer satisfaction, while the company image had no effect on consumer satisfaction. And simultaneously the three independent variables (product quality, service quality and company image) affect variable Y (customer satisfaction) PT FIFGROUP Jember Branch.*

## A B S T R A K

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen PT FIFGROUP Cabang Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT FIFGROUP Cabang Jember yang berjumlah 80 konsumen yang dijadikan sebagai responden. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan untuk citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan secara simultan ketiga variabel independent (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan) berpengaruh terhadap variable Y (kepuasan konsumen) PT FIFGROUP Cabang Jember.

## PENDAHULUAN

Persaingan perusahaan di era globalisasi semakin hari semakin ketat, salah satu perusahaan yang mengalami persaingan yang ketat adalah perusahaan pembiayaan. Perusahaan atau lembaga pembiayaan adalah badan usaha di luar bank atau lembaga keuangan bukan bank lainnya yang memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabahnya untuk suatu keperluan. Pada umumnya, lembaga keuangan seperti bank akan memberikan dana cair kepada para calon debiturnya. Lain halnya dengan perusahaan pembiayaan. Ketika mengajukan kredit ke lembaga ini, Anda tidak akan mendapatkan dana cair, melainkan persetujuan perusahaan untuk membiayai kredit barang Anda. Jadi, dana tunai dibayarkan perusahaan pembiayaan kepada pihak ketiga, tempat Anda melakukan transaksi pembelian. Di Indonesia sendiri, perusahaan pembiayaan menjadi sesuatu yang mudah Anda jumpai. Biasanya model perusahaan ini telah bergabung kepada suatu merek produk tertentu. Hal tersebut dilakukan untuk memudahkan transaksi jual- beli yang dilakukan secara kredit terhadap suatu produk .

Perusahaan pembiayaan adalah badan usaha yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan pembiayaan berupa: Sewa guna usaha (leasing), yaitu kegiatan pembiayaan dalam

bentuk penyediaan barang modal, baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (finance lease) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (operating lease) untuk digunakan oleh Lembaga pembiayaan memiliki peran yang tidak kalah penting dengan lembaga keuangan lainnya yaitu sebagai lembaga alternatif dalam hal pembiayaan yang juga potensial dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Disamping peran tersebut, lembaga pembiayaan juga memegang peranan penting dalam bidang pembangunan seperti menampung aspirasi dan minat masyarakat. Selain itu, lembaga pembiayaan juga ikut serta dalam pembangunan dimana para pelaku usaha dan masyarakat umum mengharapkan lembaga ini bisa mengatasi masalah yang vital yaitu masalah keuangan dan permodalan..

Pemasaran bukan kegiatan yang mudah dilakukan oleh setia orang. Butuh perencanaan dalam kegiatan tersebut agar bisa sesuai dengan harapan. Banyaknya pesaing di dalam dunia usaha dapat dijadikan salah satu penghambat dalam menawarkan produk kepada konsumen, jika salah memilih strategi dan tidak dijalankan dengan sesuai perencanaan maka untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen akan sangat mustahil. Sehingga keinginan memperoleh keuntungan yang maksimal akan sulit didapatkan. Keberlangsungan hidup perusahaan pun akan terancam akibat dari salah memilih strategi pemasaran yang digunakan. dalam dunia usaha salah satu kegiatan yang harus dilakukan yaitu pemasaran. Ketika berbicara tentang pemasaran pasti membutuhkan manajemen agar kegiatan pemasaran bisa berjalan dengan lancar dan tepat sasaran

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan Konsumen menurut Basu Swastha (2015:33) adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan, dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif, sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya

### **Kualitas Produk**

Kualitas Produk menurut Assauri (2015:90) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan.

## **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016;156) adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

## **Citra Perusahaan**

Citra perusahaan tidak dapat di buat hanya dalam semalam, sebaliknya citra perusahaan harus dibangun oleh perusahaan tersebut guna memberikan kesan dan persepsi positif bagi konsumen. Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek (Kotler & Keller, 2013).

## **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen FIFASTRA PT FIFGROUP Cabang Jember Pos Bangsalsari yang tercatat selama bulan Agustus – Oktober 2020. Berdasarkan data dari PT FIFGROUP Cabang Jember Pos Bangsalsari jumlah konsumen yang tercatat adalah sebanyak 363 orang. Dalam penelitian ini peneliti mengambil batas kesalahan yang diterorir sebesar 10%. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu 80 responden

## **ANALISIS HASIL PENELITIAN**

### **Uji Instrumen**

Uji instrumen pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari responden terhadap kuesioner layak atau tidak. Uji instrumen ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan untuk membuktikan validitas menggunakan Pearson. Tingkat signifikan 0,05 serta uji dua arah dan jumlah data (n) sebanyak 80 maka r tabel diperoleh nilai sebesar 0,2199. Hasil uji korelasi Pearson variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan konsumen. menunjukkan r hitung hasil lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari semua variabel dikatakan valid dan Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, maka penelitian ini dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya karena memiliki nilai lebih diatas 0,6.

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Dari uji normalitas yang dilakukan, Berdasarkan tabel diketahui

bahwa nilai asymp. sig. sebesar  $0,200 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal

Diketahui bahwa Uji Normalitas menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Citra Perusahaan mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dan dapat dilihat bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya pada ketiga variabel independen tersebut lebih besar dari 0,05.

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda menurut Ghozali (2016:8) digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,301	1,942		2,730	,008
Kualitas Produk	,174	,086	,225	2,012	,048
Kualitas Pelayanan	,241	,080	,312	2,993	,004
Citra Perusahaan	,207	,116	,195	1,792	,077

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5,301 + 0,174 + 0,241 + 0,207$$

### Koefisien Diterminasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa Adjusted R Square sebesar 0,294 atau sebesar 29,4 % yang artinya bahwa variabel independent (kepuasan konsumen) dapat dipengaruhi dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Sedangkan 70,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini..

## Uji Hipotesis

### Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<b>(Constant)</b>	<b>5,301</b>	<b>1,942</b>		<b>2,730</b>	<b>,008</b>
<b>Kualitas Produk</b>	<b>,174</b>	<b>,086</b>	<b>,225</b>	<b>2,012</b>	<b>,048</b>
<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>,241</b>	<b>,080</b>	<b>,312</b>	<b>2,993</b>	<b>,004</b>
<b>Citra Perusahaan</b>	<b>,207</b>	<b>,116</b>	<b>,195</b>	<b>1,792</b>	<b>,077</b>

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

1. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t hitung sebesar, 2,012 > t tabel 1.99167. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT FIFROUP Cabang Jember.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 2,993 > t tabel 1.99167. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT FIFROUP Cabang Jember.
3. Variabel Citra Perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar, 1,792 > t tabel 1.99167. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Citra Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PT FIFROUP Cabang Jember.

### Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
s1	Regression	<b>65,581</b>	<b>3</b>	<b>21,860</b>	<b>11,985</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
	Residual	<b>138,619</b>	<b>76</b>	<b>1,824</b>		
	Total	<b>204,200</b>	<b>79</b>			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, KualitasProduk

Nilai F hitung 11,985 > nilai F tabel sebesar 3,12 dan sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## PEMBAHASAN

### a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil uji t ( Parsial) diperoleh hasil bahwa kualitas produk (X1 ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai t hitung sebesar 2,012. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang didapatkan.

### b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil uji t ( Parsial) diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan (X2 ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai t hitung sebesar 2,993. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang didapatkan

### c. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa citra perusahaan (X3 ) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung citra perusahaan (X3 ) sebesar 1,792 > dari t tabel 1.99167

### d. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1 ), kualitas pelayanan (X2 ) dan citra perusahaan (X3 ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dapat dilihat dari besarnya nilai F hitung > F tabel yaitu 11,985 > 3,12 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05.

## SIMPULAN

. Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasa analisis yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan, sehingga dapat diambil simpulan sebagai berikut : Variabel Kualitas Produk (X1 ) secara individu (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember. Variabel Kualitas Pelayanan (X2 ) secara individu (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember. Variabel Citra Perusahaan (X3 ) secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember. Variabel Kualitas

Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember.

## **IMPLIKASI**

Analisis yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan, sehingga dapat diambil simpulan sebagai berikut : Variabel Kualitas Produk (X1 ) secara individu (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember. Variabel Kualitas Pelayanan (X2 ) secara individu (parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember. Variabel Citra Perusahaan (X3 ) secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember. Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT. FIFGROUP Cabang Jember.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Arikunto, Suharsimi.2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.  
Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek.  
Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Basu Swastha.2015. Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku  
Konsumen. BPFE.Yogyakarta
- Deliyanti Oetoro. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta:  
LaksBang PRESSindo.
- Djarwanto, dan Subagyo, Pangestu, (2000), Statistik Induktif, Edisi 4, BPFE,  
Yogyakarta.

- Haryoko, Sapto dan Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: Gaung Persada Pers.
- Irawan, H. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Husain, Umar.2011. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bsinis Edisi Kedua . Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. dan Amstrong Gary .2015. Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip. dan Amstrong Gary. 2014. Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller .2016. Marketing Managemet Edisi 15. Global Edition. Pearson.
- Kotler Dan Keller. 2015. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK.012/2006 tentang Perusahaan Pembiayaan
- Purnawati. 2018. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT FIFGROUP Cabang Yogyakarta 1.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung  
PT Alfabeta.

Sugiyono, 2013. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:  
Alfabeta Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor : IN  
MEDIA.

Swastha, Basu. 2005. Manajemen Pemasaran. Bandung: Remaja Karya.  
Tjiptono, Fandy. dan Gregorius chandra. 2016.  
Service, Quality& satisfaction. Yogyakarta.:Andi Ofset.

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta : Andi Ofset

Wijaya, Tony. 2006. Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik.  
Yogyakarta : Graha Ilmu.

Widiyanto, Joko. 2010. SPSS For Windows Untuk Analisis Data Statistik dan  
Penelitian. Surakarta : BP-FKIP UMS.

www.fifgroup. co.id, 2013.