

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMASANGAN MESIN EDC CIMB NIAGA JAKARTA SELATAN**

**Naura Asyifa Riyani<sup>1</sup>, Musthafa Kamil<sup>2</sup>**

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: [nauraasyifa12032001@gmail.com](mailto:nauraasyifa12032001@gmail.com)<sup>1</sup>, [h.musthafa.hmk@bsi.ac.id](mailto:h.musthafa.hmk@bsi.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak** –Mesin EDC (Electronic Data Capture) salah satu alat yang mendukung transaksi dan pembayaran secara non tunai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pemasangan mesin EDC CIMB Niaga Jakarta Selatan. Kualitas produk yang dimaksud seperti daya tahan dan kemudahan penggunaan EDC, sementara itu kualitas pelayanan meliputi kecepatan dan sikap profesional dalam proses. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif statistik dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui google form. Populasi penelitian ini terdiri dari 246 pemasangan Mesin EDC CIMB Niaga Jakarta Selatan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah slovin dengan jumlah sampel sebanyak 71 orang. Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji T dan uji F , kemudian diolah menggunakan SPSS versi 20. Maka hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena terdapat nilai thitung  $0,839 < t_{tabel} 1,995$ . Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terdapat nilai thitung  $5,449 > t_{tabel} 1,995$ . Secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti dengan nilai fhitung  $38,711 > f_{tabel} 3,31$ .

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.

**Abstract** – EDC (Electronic Data Capture) is one of the tools that supports transactions and non-cash payments. This study aims to analyze the influence of product quality and service quality on customer satisfaction in the installation of CIMB Niaga EDC machines in South Jakarta. The quality of the product in question is such as durability and ease of use of EDC, while service quality includes speed and professional attitude in processing. The method used in this study is quantitative statistics by distributing questionnaires through google form. The population of this study consists of 246 installations of CIMB Niaga EDC Machines in South Jakarta. The sampling technique used in this study was slovin with a sample of 71 people. Based on hypothesis testing, this study uses the T test and F test, then processed using SPSS version 20. Therefore, the results of the study show that product quality does not have a significant effect on customer satisfaction because there is a t-value of  $0.839 < t_{table} 1.995$ . Service quality has a positive effect and significance on customer satisfaction, there is a t-value of  $5.449 > t_{table} 1.995$ . Simultaneously, product quality and service quality have a significant influence on customer satisfaction, as evidenced by the value of f calculated  $38.711 > f_{table} 3.31$ .

**Keywords:** Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

## **PENDAHULUAN**

Pada Kemajuan Teknologi dan Digitalisasi, semakin banyak bisnis yang sudah beralih dari pembayaran secara tunai beralih ke non tunai. Proses pembayaran digital menggunakan metode non tunai berkembang dengan cepat. Salah satu alat yang memfasilitasi transaksi tersebut yaitu, Mesin Electronic Data Captuer (EDC) adalah salah satu jenis layanan yang digunakan untuk transaksi non tunai, umumnya mesin Electronic Data Captuer (EDC) ini tersedia diberbagai tempat seperti, pusat perbelanjaan (mall), restoran dan di ritel , Mesin Electronic Data Captuer (EDC) merupakan sarana penerima pembayaran yang dapat dihubungkan ke rekening bank (Subagiyo et al., 2022). Pembayaran yang menggunakan kartu debit atau kredit, memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi.

Penggunaan mesin EDC ini dapat mempercepat proses transaksi, mengurangi kemungkinan kesalahan perhitungan dan meningkatkan keamanan transaksi dengan teknologi PIN (Hesananda et al., 2024). Pembayaran ini juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam transaksi, karena tidak perlu membawa uang cash bahkan mempermudah kasir karena tidak harus memberikan uang kembalian. Namun dalam konteks Pemasangan mesin EDC, salah satu perusahaan yang berperan dalam penyediaan layanan teknologi finansial, khususnya dalam penyediaan dan pengelolaan layanan lapangan untuk mesin EDC adalah PT Arah Digital Indonesia.

Dengan pengalaman luas dalam industri pembayaran digital, perusahaan ini telah menjadi mitra terpercaya bagi berbagai institusi keuangan dan bisnis, salah satunya 2 yaitu pada CIMB Niaga. Sebagai penyedia solusi layanan lapangan EDC, PT Arah Digital Indonesia memiliki peran penting dalam memastikan operasional perangkat EDC berjalan dengan optimal di berbagai sektor. Prosedur berbasis teknologi memastikan layanan yang mulus dan andal (Linkedln, 2024). PT Arah Digital Indonesia bergerak dibidang outsourcing digital pembayaran, dengan fokus pada solusi pembayaran elektronik, pengelolaan transaksi, serta inovasi sistem digital bagi bisnis dan perbankan.

Sejak tahun 2018 didirikan, PT Arah Digital Indonesia memiliki komitmen untuk memberikan layanan terbaik dalam Layanan Lapangan EDC kepada klien dan akan selalu berusaha untuk mengembangkan solusi untuk memaksimalkan pemanfaatan EDC di pedagang. Bahkan visinya Menjadi Penyedia Layanan Lapangan EDC Terkemuka di Indonesia, serta misi yaitu untuk memaksimalkan ketersediaan dan pemanfaatan EDC Klien, untuk memberikan pengalaman Pekerjaan Layanan Lapangan terbaik kepada "Mitra" (Tim Layanan Lapangan), untuk memberdayakan misi-misi ini dengan pikiran kreatif, teknologi inovatif, dan etos kerja yang luar biasa (Linkedln, 2024).

Bahkan dalam lingkungan bisnis yang sering berinteraksi langsung dengan konsumen, kepuasan untuk mengumpulkan bukti terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelanggan biasanya didefinisikan sebagai ketidak cocokan atau ketidak konsistenan yang dirasakan antara kinerja pelayanan yang sebenarnya dan harapan sebelumnya. Kepuasan konsumen dengan penyediaan jasa dianggap sebagai pertimbangan dan perasaan yang didasarkan pada pelayanan jasa sehingga kepuasan bergantung pada hasil dan harapan konsumen (Istiyawari et al., 2021).

Tingkat kualitas yang diinginkan dan mengelolah keragaman untuk meningkatkan kualitas yang memenuhi sasaran konsume (Suci Ramadhani et al., 2024). Kualitas adalah sarana untuk mengukur tingkat kepuasan total dari konsumen, jika suatu produk atau jasa dianggap berkualitas apabila dapat menyediakan, memenuhi harapan serta keinginan konsumen yang menggunakan barang atau jasa tersebut, karena kualitas harus memenuhi standar perusahaan, sehingga produk atau jasa tersebut dianggap berkualitas (Anwar & Wardani, 2021).

Produk juga membentuk persepsi awal pembeli saat melakukan pembelian karna dapat

diyakini bahwa pembeli akan menikmati produk yang menarik dan menguntungkan. Kualitas Produk merupakan komponen yang membuat sebuah barang atau hasil memenuhi tujuan (Anwar & Wardani, 2021).

Kualitas Produk harus diperhatikan secara keseluruhan kepada perusahaan karenanya hal yang dibutuhkan bagi usaha memperoleh mempertahankan dan memenuhi keinginan konsumen, mengembangkan produk yang berkualitas akan memenuhi harapan konsumen yang dapat menyebabkan kepuasan konsumen. Karnanya konsumen lebih puas dengan produk berkualitas tinggi karena konsumen memperhatikan kualitas barang yang digunakannya, peningkatan kualitas produk akan tingkatan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika produk berkualitas rendah, pelanggan akan merasa kecewa (Cesariana et al., 2022).

kualitas pelayanan ialah kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian produk atau jasa, karena adanya kualitas pelayanan maka berpengaruh juga terhadap kepuasan konsumen, hal ini memastikan apabila tingkat pelayanan yang dapat diterima pelanggan untuk memenuhi harapan mereka maka dapat mempengaruhi kepuasan (Cesariana et al., 2022). Seiring dengan meningkatnya persaingan dan tingginya ekspektasi pelanggan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat penting dalam penyedia jasa pemasangan mesin EDC untuk terus berinovasi serta mempertahankan standar layanan yang tinggi.

Objek studi Pemasang Mesin EDC CIMB Niaga Jakarta Selatan, karena belum pernah diteliti sebelumnya. Sehingga penulis memiliki minat memilih judul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam Pemasang Mesin EDC CIMB Niaga Jakarta Selatan”.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Metode Penelitian merupakan teknik pengumpulan data objektif guna memenuhi tujuan serta fungsi tersebut (Sugiyono, 2022). Dalam Penelitian ini menggunakan metode statistik kuantitatif serta kuesioner yang digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan informasi data. Untuk pengolahan data yang sudah terkumpul peneliti menggunakan SPSS versi 20.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi pada penelitian ini lebih fokus kepada pelanggan yang telah menggunakan layanan pemasangan Mesin EDC CIMB Niaga misalnya seperti, pemasangan EDC pada Restoran, Caffe dan Ritel serta Usaha Jasa untuk populasi diwilayah jakarta selatan memiliki jumlah 246. Maka pengisian kuesioner disebarakan kepada karyawan kasir yang terlibat pada pemasangan mesin EDC CIMB Niaga.

#### **Sampel**

Metode sampel digunakan dengan teknik Purposive Sampling, yaitu penetapan sampel didasarkan terhadap beberapa pertimbangan (Sugiyono, 2022). Rumus Slovin digunakan guna menentukan ukuran sampel yang diambil pada populasi, antara lain:

Penulis menggunakan Toleransi Kesalahan 10% berlandaskan perhitungan:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{246}{1 + 246(0,1)^2}$$
$$n = \frac{246}{1 + 246(0,01)}$$
$$n = \frac{246}{1 + 2,46}$$

$$n = \frac{246}{3,46}$$

$$n = 71,08$$

Sebagai hasilnya, jumlah adalah 71 responden yang akan diambil dalam penelitian.

### Definisi Oprasional Variabel

Bertujuan untuk memperoleh penjelasan yang lebih rinci tentang objek tersebut dan setelah itu akan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2022)

#### 1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel Independen merupakan sebutan lain dari variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel independen ini mempengaruhi munculnya variabel dependen (terikat) dan berperan sebagai faktor penyebab terjadinya perubahan (Sugiyono, 2022). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yaitu Variabel independen pada penelitian ini.

#### 2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen adalah variabel dipengaruhi serta dihasilkan dari keberadaan variabel Independen (Sugiyono, 2022) Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu variabel terikat pada penelitian ini.

### Teknik Pengumpulan Data

#### Observasi (Pengamatan)

Studi ini melibatkan metode observasi pemasangan Mesin EDC CIMB Niaga Jakarta Selatan. Observasi dalam penelitian ini yaitu melakukan pengamatan pada data yang sudah tersedia.

#### Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data yang melibatkan pembuatan uraian pernyataan atau soal secara tertulis yang perlu diisi oleh responden untuk memperoleh tanggapan (Sugiyono, 2022).

Respons dapat dievaluasi dengan memberikan skor untuk memudahkan analisis kuantitatif. Instrumen penelitian berbasis skala Likert dapat dirancang dalam format pilihan ganda atau daftar pemeriksa (Sugiyono, 2022).

Berikut adalah tampilan skala likert :

Tabel 1 Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (RG)	3
Setuju (ST)	4
Sangat Setuju (SS)	5

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Studi ini mengevaluasi beberapa kriteria responden dalam pemasangan mesin EDC CIMB Niaga Jakarta Selatan, yang sudah dikumpulkan dari penyebaran kuesioner dan data yang sudah terkumpul pada 71.

Tabel 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Peresen tase (%)
Laki-Laki	35	49,3%
Perempuan	36	50,7%
Total	71	100%

Mengelompokan Responden berdasarkan jenis kelamin yaitu, laki-laki 35 responden (49,3%) sedangkan perempuan 36 (50,7%), terlihat bahwa distribusi responden antara laki-laki dan perempuan hampir seimbang. Namun sedikit lebih banyak terdapat pada responden perempuan yaitu dengan total 36.

Tabel 3  
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Peresentase (%)
20-25	27	38%
26-30	16	22,5%
31-35	19	26,8%
>35	9	12,7%
Total	71	100%

Menunjukkan 27 (38%) yang berusia 20 hingga 25 tahun, 16 (22,5%) pada usia 26 sampai 30 tahun, 19 (26,8%) pada usia 31 sampai 35 tahun, dan 9 (12,7%) pada usia >35 tahun. Maka responden dalam penelitian berdasarkan usia yaitu 20 hingga 25 tahun dengan jumlah 27 (38%)

Tabel 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Orang	Peresentase (%)
Ritel	22	31%
Caffe	15	21,1%
Restoran	19	26,8%
Usaha Jasa	15	21,1%
Total	71	100%

Dengan Total 71 Responden yaitu, Ritel 22 (31%) , Caffe 15 (21,1%) , Restoran 19 (26,8%) dan Usaha Jasa 15 (21,1%). Maka Responden berdasarkan pekerjaan sebagian besar yaitu Ritel 22 (31%).

### Uji Kualitas Data

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Kode Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,686	0,2335	Valid
X1.2	0,639	0,2335	Valid
X1.3	0,701	0,2335	Valid
X1.4	0,683	0,2335	Valid
X1.5	0,587	0,2335	Valid
X1.6	0,821	0,2335	Valid

secara keseluruhan nilai r hitung pada variabel kualitas produk (X1) > r tabel 0,2335. Sehingga, bisa dinyatakan bahwa pada butiran-butiran pertanyaan pada indikator Kualitas Produk adalah valid.

Tabel 6 Uji Validitas Variabel Kualitas

Kode Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,717	0,2335	Valid
X2.2	0,797	0,2335	Valid
X2.3	0,688	0,2335	Valid
X2.4	0,792	0,2335	Valid
X2.5	0,691	0,2335	Valid

secara keseluruhan nilai r hitung kualitas pelayanan (X2) > rtabel 0,2335. Maka dari itu, bisa dinyatakan pada butir-butir pertanyaan setiap indikator yaitu valid.

Tabel 7 Uji Validitas Variabel

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kode Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,881	0,2335	Valid
Y.2	0,835	0,2335	Valid
Y.3	0,786	0,2335	Valid

keseluruhan nilai r hitung pada variabel kepuasan pelanggan (Y) > rtabel 0,2335. Sehingga bisa dinyatakan bahwa butiran-butiran pertanyaan indikator variabel kepuasan pelanggan yaitu valid.

**Uji Realiabilitas**

Tabel 8 Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,777	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,790	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,782	Reliabel

Nilai Cronbach Alpha > 0,70 dengan total responden. Yaitu untuk kualitas produk (X1) 0,777 , kualitas pelayanan (X2) 0,790 dan kepuasan pelanggan (Y) 0,782. Maka hasil uji reliabilitas terkait variabel yang dibahas pada penelitian ini dianggap dapat diandalkan (reliabel).

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Multikolonieritas**

Tabel 9 Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.478	2.092
	Kualitas Pelayanan	.478	2.092

Memperlihatkan bahwa tolerance pada variabel kualitas produk (X1) , kualitas pelayanan (X2) didapatkan 0,478 > 0,10 lalu untuk nilai VIF diperoleh 2,092 < 10. Maka hasil masing-masing dari variabel yang diteliti tidak saling berhubungan. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

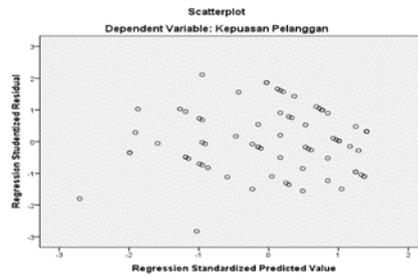
Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	.027
	Kualitas Produk	.225
	Kualitas Pelayanan	.571

Heteroskedastisitas diuji menggunakan Glejser. Hasil menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas. Kedua variabel memiliki lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05,

seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1) 0,225 dan kualitas pelayanan (X2) 0,571.

### Uji Heteroskedastisitas scatter Plot



Gambar 2

### Uji Heteroskedastisitas scatter Plot

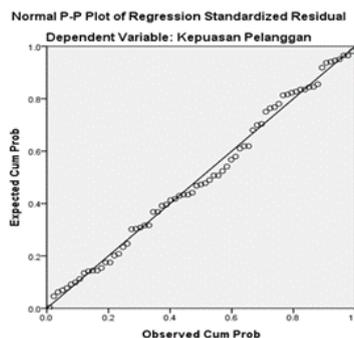
Terdapat titik-titik terlihat menyebar cukup acak tanpa pola yang jelas, maupun titik yang dimilikinya terpecah di atas dan di bawah angka 0 disumbu Y. sehingga dapat diasumsikan bahwa dalam data penelitian ini, tidak berlangsung heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Tabel 11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	71
Kolmogorov-Smirnov Z	.475
Asymp. Sig. (2-tailed)	.978
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	

Asymp. Sig (2-tailed) 0,978 > 0,05 yang menunjukkan bahwa distribusinya normal. pola yang mengikuti arah diagonal dan titik-titik tersebar disekitar arah garis diagonal atau tidak jauh dari garis normal p-plot. Bisa dibuat kesimpulan bahwa data ini memiliki distribusi normal.



Gambar 3 Grafik normal P-plot

### Regresi Liner Berganda

Tabel 12  
Hasil Analisis Regresi Liner Berganda

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	1.213
	Kualitas Produk	.061
	Kualitas Pelayanan	.478

$$Y = \alpha + B1X1 + B2X2 + e$$

$$Y = 1,213 + 0,061X1 + 0,478X2 + e$$

Persamaan diatas dipahami seperti :

- Nilai ( $\alpha$ ) sebesar 1,213 merupakan konstanta atau nilai murni saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi pada variabel lainnya yaitu Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).
- Nilai koefisien regresi X1 memiliki nilai sebesar 0,061, yang berarti setiap peningkatan (1) satuan pada kualitas produk, akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,061.
- Nilai koefisien regresi X2 menunjukkan nilai positif 0,478 artinya bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki sifat yang positif serta kuat. Oleh karena itu, menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan meningkat (1) satuan, kepuasan pelanggan dapat peningkatan 0,478.

### Pengujian Hipotesis Uji T (Uji Parsial)

Tabel 13 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	.919	.361
	Kualitas Produk	.839	.404
	Kualitas Pelayanan	5.449	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Terdapat penjelasan lebih lanjut dibawah ini :

- Kualitas Produk (X1) diketahui bahwa nilai thitung lebih kecil dari ttabel ( $0,839 < 1,995$ ). Selain itu, nilai signifikan uji t untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar  $0,404 > 0,05$ . Disimpulkan kualitas produk (X1) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) ditolak.
- Kualitas Pelayanan (X2) diketahui nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel ( $5,449 > 1,995$ ). Selain itu, nilai signifikan uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) secara positif signifikan. Hipotesis alternatif ( $H_{a2}$ ) diterima.

### Uji F (Uji Simultan)

Tabel 14 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>		
Model	F	Sig.
Regression	38.711	.000 <sup>b</sup>

Hasil uji f memperlihatkan nilai fhitung besar dibandingkan ftabel ( $38,711 > 3,31$ ). Selain itu, nilai signifikansi uji f adalah  $0,000 < 0,05$ . Jadi, disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) secara bersamaan dan signifikansi.

### Uji Koefisien Determinasi

Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi parsial (X1)

Model Summary	
Model	R Square
1	.328
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk	

Diketahui bahwa nilai R Square yaitu 0,328 atau 32,8%. Memerlihatkan bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh cukup lemah terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), karena kualitas produk memiliki pengaruh yang terbatas pada kepuasan pelanggan.

Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (X2)

Model Summary	
Model	R Square
1	.528
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan	

Hasil perhitungan menunjukkan pada variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara kuat terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai R square yaitu sebesar 0,528 atau 52,8%.

Tabel 17 Uji Koeffisien Determinasi Simultan (Y)

Model Summary	
Model	Adjusted R Square
1	.521
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan	

Nilai Adjusted R Square 0,519 atau 51,9%. Sehingga ditunjukkan bahwa terdapat variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,519 atau 51,9%. Terdapat sisa 48,1% dipengaruhi pada variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Menentukan hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pemasangan mesin EDC CIMB Niaga.

(1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pemasangan Mesin EDC CIMB Niaga.

Diperoleh dari uji t variabel kualitas produk thitung kurang dari ttabel ( $0,839 < 1,995$ ) dilihat dari tingkat signifikansi  $0,404 > 0,05$ . Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan dalam pemasangan mesin EDC CIMB Niaga. Sehingga hipotesis Ha1 ditolak sedangkan H01 diterima.

(2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pemasangan Mesin EDC CIMB Niaga

Diperoleh dari uji t yang menunjukkan pada variabel Kualitas Pelayanan thitung  $>$  ttabel ( $5,449 > 1,995$ ) didapati dari nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan dalam pemasangan mesin EDC CIMB Niaga. sehingga hipotesis Ha2 diterima sedangkan H02 ditolak.

(3) Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam Pemasangan Mesin EDC CIMB Niaga

Maka data memperoleh uji fhitung  $>$  ftabel ( $38,711 > 3,31$ ) selain itu nilai signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, Ha3 diterima sedangkan H03 ditolak, menunjukkan secara simultan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif serta signifikan.

### KESIMPULAN

(1) Variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut diperlihatkan pada nilai thitung 0,839 yang kurang

dari pada ttabel 1,995

- (2) Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikansi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Karena nilai thitung 5,449 lebih besar nilai ttabel 1,995, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Y).
- (3) Secara simultan, variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan fhitung 38,711 yang lebih besar dari pada ftabel 3,31

Meskipun kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikansi, maka kualitas pelayanan memberikan kontribusi signifikansi atas kepuasan pelanggan serta secara simultan. Selain itu, kedua variabel ini tetap memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

#### **Saran**

- (1) Meningkatkan kualitas produk dengan memastikan daya tahan dan performa mesin EDC tetap optimal, terutama saat transaksi dengan volume tinggi. Peningkatan ini dapat dilakukan melalui perawatan berkala dan pembaruan perangkat lunak agar pelanggan lebih percaya dan loyal terhadap layanan.
- (2) Memperkuat kualitas pelayanan dengan mempertahankan keramahan tim pemasang serta meningkatkan dukungan pasca pemasangan. Perhatian lebih perlu diberikan pada kesiapan tim dalam membantu pelanggan menyelesaikan kendala teknis agar pengalaman pelayanan semakin baik.
- (3) Meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan memastikan pelayanan yang maksimal, terutama dalam memberikan dukungan pasca pemasangan. Hal ini penting agar pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Qarni, H. U., & Suryana, D. (2020). (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di kota Cimahi. *Jurnal Sains Manajemen*, 1–22. <http://indihomefiber.com/internet-fiber.html>
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *NUSANTARA: Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Bryner, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda di Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 496–515.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS*. CV IRDH.
- Hesananda, R., Noviani, I. A., & Zulfariansyah, M. (2024). Implementasi YOLOv5 untuk Deteksi Objek Mesin EDC: Evaluasi dan Analisis. *BIOS: Jurnal Teknologi Informasi Dan Rekayasa Komputer*, 5(2), 104–110.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. UNITOMO PRESS.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 329. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>
- Kaizia Dwinta Meilia, Sari Oktaviani, & Afrida Sary Puspita. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 1683–1691. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2431>
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place. *Jurnal Ilmiah MEA*

- (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(1), 1699–1721.  
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/issue/view/19>
- Linkedln. (2024). PT Arah Digital Indonesia (Mahacakra). <https://id.linkedin.com/company/pt-arrah-digital-indonesia-mahacakra>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Musfirah, R., Syarif, N., Harisa, M., Tinggi, S., Yapi, I. E., & Artikel, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku Di Pasar Santa. 2(1), 114. [www.ojs.amiklps.ac.id](http://www.ojs.amiklps.ac.id)
- Puspitasari, D., & Nurmaning, B. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461–472. <https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>
- Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 2022. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>
- Subagiyo, D. T. K., Yuliniar, Y., & Aryani, L. (2022). Pendampingan Pengetahuan Mesin EDC Pada Pelaku Usaha Di Desa Cimarga Rangkasbitung Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(3), 802–808. <https://doi.org/10.30653/002.202273.98>
- Suci Ramadhani, Ramadhani, S., Suci, R., Ramadhani, S., & 2024. (2024). The Influence Of Service Quality, Product Quality, Price, And Customer Satisfaction On Consumer Purchasing Decisions At Master Cash & Credit Kotapinang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kotapinang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4850–4864. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sugiyono. (2022). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D (Edisi ke-2). ALFABETA.
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>