



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN PRTG NETWORK MONITOR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. DAYA CIPTA MANDIRI SOLUSI DI JAKARTA

Novilia Indriani

novilia.indriani@gmail.com

Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak, M.M

tumpaljanji@kwikkiangie.ac.id

ABSTRACT

Novilia Indriani / 26189115 / 2022 / The Effects of Product Quality and Services Quality of PRTG Network Monitor for Customers Satisfaction in PT. Daya Cipta Mandiri Solusi in Jakarta / Supervisor Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak M.M

Carrying out its operational activities, each IT division of a company conducts monitoring activities with the aim of measuring progress on objective programs, determining whether the resources and services provided to management are in accordance with their targets. Product Quality is one of the marketer's major positioning tools. Quality affects product or service performance; thus, it is closely linked to customer value and satisfaction (Kotler Armstrong 2020 : 238). While the Service 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 Keller, 2016:156) In this study, the sampling technique used the non-probability sampling technique with the quota sampling method. Then followed by indirect interview techniques, namely distributing questionnaires to 100 respondents. The variables used in this study are product quality, service quality, as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. The data analysis technique used descriptive analysis of multiple linear regression analysis which consisted of 3 (three) tests, namely the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, then t test and F test. The research was tested through the SPSS application.

Keywords : Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction

ABSTRAK

Novilia Indriani/26189115/2022/Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan PRTG Network Monitor Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Daya Cipta Mandiri Solusi di Jakarta/Pembimbing : Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak M.M.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, di setiap divisi IT sebuah perusahaan melakukan kegiatan monitoring dengan tujuan melakukan pengukuran kemajuan atas objektif program, menetapkan apakah sumber dan layanan yang diperuntukkan bagi pihak manajemen sudah sesuai dengan target mereka. Kualitas Produk adalah salah satu alat positioning para pemasar. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kinerja produk itu sendiri, dan terkait dengan kepuasan pelanggan. (Kotler dan Armstrong, 2020: 238) Sedangkan kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik sebuah produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler dan Keller, 2016:156) Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode quota sampling. Lalu dilanjut dengan teknik wawancara tidak langsung, yaitu menyebarkan kuisioner kepada 100 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa kualitas produk, kualitas layanan, sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif analisis regresi linear ganda yang terdiri

Telp : 0895 36 505 2121 | Novilia Indriani
Email : novilia.indriani@gmail.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau dengan cara lain, tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Kewirausahaan Kwik Kian Gie)

dari 3 (tiga) uji yaitu uji normalitas, uji multikolinier, uji heteroskedastisitas, lalu uji t dan uji F. Penelitian diuji melalui aplikasi SPSS.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi, di dunia informasi dan teknologi banyak aspek yang dibutuhkan sebuah perusahaan untuk tetap menjalankan kegiatan operasionalnya. Salah satunya adalah kegiatan monitoring. Monitoring adalah kegiatan yang dilakukan oleh divisi IT (Information Technology) untuk memonitor atau melihat seluruh aktifitas yang dilakukan oleh team IT itu sendiri. Monitoring adalah proses rutin pengumpulan data dan pengukuran kemajuan atas objektif program. Cakupan aktivitas monitoring mulai dari memantau perubahan, yang fokus pada proses dan keluaran, sampai kepada pemeriksaan (auditing). Monitoring melibatkan perhitungan atas apa yang kita lakukan. Fungsi monitoring menentukan apakah tindakan administrator, staf, dan semua yang terlibat mengikuti standar dan prosedur yang telah diterapkan. Dalam pemeriksaan (auditing), monitoring menetapkan apakah sumber dan layanan yang diperuntukkan bagi pihak tertentu (dalam hal ini adalah pihak manajemen) sudah sesuai dengan target mereka.

Salah satu produk monitoring di Indonesia adalah Paessler Router Traffic Grapher. Brand ini adalah brand dari Jerman, mulai masuk di Indonesia sejak tahun 2016. Menurut Fanky Christian, direktur sekaligus owner PT. Daya Cipta Mandiri Solusi, dalam menjalankan bisnisnya, produk PRTG saat ini telah dipakai oleh banyak divisi IT hampir di seluruh industri di Indonesia. Salah satunya adalah industri perbankan, multi financial, telekomunikasi, manufaktur, dan sampai ke pemerintah.

PRTG mulai masuk ke Indonesia setelah ditemukan dan dikenalkan oleh sebuah perusahaan IT bernama PT. Daya Cipta Mandiri Solusi (PT. DCMS). PT. DCMS adalah sebuah perusahaan IT System Integrator, yang artinya adalah perusahaan yang melakukan pengenalan produk, pengadaan, sampai memberikan layanan instalasi dan layanan purna jual (after sales) kepada pelanggannya.

Melihat laporan keuangan PT. DCMS dari tahun 2016, angka penjualan terus meningkat sampai 60% (enam puluh persen) mulai dari 10 miliar rupiah sampai menjadi 16 miliar rupiah dalam waktu 6 tahun. Berikut adalah tabel berisi angka penjualan bersama tahun operasional PT. DCMS.

Kenaikan angka penjualan yang signifikan diiringi dengan produk PRTG Network Monitor menjadi produk dengan angka jual tertinggi. Hal ini dapat terlihat di tabel penjualan produk PRTG dari tahun 2016 sampai tahun 2021. Produk PRTG selalu menjadi produk dengan penjualan terunggul. Hal ini memperkuat pendapat penulis bahwa produk PRTG Network Monitor semakin dibutuhkan oleh setiap perusahaan khususnya di divisi IT.

Penjualan yang meningkat menunjukkan tinggi minat dan kebutuhan customer untuk menggunakan produk PRTG Network Monitor. Hal ini membuat penulis menduga adanya kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016 : ..) salah satu indikasi pelanggan yang puas adalah pelanggan cenderung membeli lebih banyak. Hal ini dapat dilihat dari angka penjualan yang naik setiap tahunnya. Baik itu pembelian baru dari pelanggan baru maupun pembelian ulang (re-order) dari pelanggan yang lama

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, mulai dari kualitas produk, kualitas layanan, promosi, maupun harga yang ditawarkan. Secara umum, kualitas produk adalah karakteristik produk atau layanan yang mewakili kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan eksplisit atau tersirat. Sedangkan kualitas layanan merupakan salah satu bentuk usaha perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik, dan bermutu dibandingkan dengan para pesaing lain nya.

Kualitas produk dan kualitas layanan yang baik merupakan salah satu bentuk strategi yang sangat tepat untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Jika kualitas produk dan kualitas layanan tidak baik maka akan menimbulkan ketidakpuasan kepada pelanggan.

Hal ini berdampak juga kepada calon pelanggan, disebabkan pelanggan yang merasa kecewa terhadap sebuah restoran setidaknya akan membagikan pengalamannya kepada orang-orang terdekat, seperti





kepada keluarga maupun rekan-rekannya sehingga calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya ke pesaing

Selain kualitas produk dan kualitas layanan, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian biasanya konsumen melakukan pertimbangan melalui harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan.

Lalu juga aktifitas promosi. Menurut Kotler dan Keller (2016:47) Dalam kegiatan ekonomi terdapat kegiatan promosi, promosi merupakan kegiatan yang memiliki elemen bauran pemasaran yang memiliki berbagai aktifitas seperti promosi penjualan, periklanan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.

Kualitas produk PRTG Network itu sendiri, memiliki kualitas yang baik, hal ini dapat dilihat dari fitur-fitur PRTG Network Monitor yang dapat menjawab permasalahan monitoring di perusahaan. Seperti fitur bandwidth monitoring dan netflow monitoring yang sangat populer di pengguna PRTG Network Monitor. PRTG Network Monitor juga memberikan laporan secara real time kepada penggunanya. (www.peerspot.com)

Kualitas Layanan PT. DCMS dalam mengenalkan produk PRTG Network Monitor sampai ke pelanggan juga tergolong baik. Hal ini dapat dilihat dari cepat waktu respon team teknis (engineer) PT. DCMS ketika pelanggan meminta jasa implementasi maupun jasa maintenance.

Harga yang diberikan oleh PRTG Network Monitor dapat dijangkau oleh para pengguna PRTG Network Monitor. Banyak pengguna PRTG Network monitor berkata salah satu alasan mereka membeli dan puas dengan PRTG Network Monitor adalah karena harga yang terjangkau dibanding harga IT Monitoring lainnya (www.peersport.com)

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. DCMS.
- b. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. DCMS

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang telah penulis jabarkan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Layanan PRTG Network Monitor berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Daya Cipta Mandiri Solusi di tahun 2022?”

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
- H2 : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

KAJIAN PUSTAKA

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:272) bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Sedangkan, Menurut Kotler dan Keller (2016:389) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, seperti produk fisik, layanan, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, ide, dll.



Pada teori kualitas produk, Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249) bahwa kualitas produk adalah: karakteristik produk atau layanan yang mewakili kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan eksplisit atau tersirat. Sedangkan pada teori kualitas layanan, Menurut Kotler dan Keller (2016:156) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan seperangkat fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:8) kualitas layanan adalah suatu kegiatan atau keuntungan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Keller (2016:422) Layanan adalah tindakan atau kinerja yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan. Pada teori kepuasan pelanggan, Menurut Kotler dan Armstrong (2018:10) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja produk yang dirasakan memenuhi harapan pembeli, pembeli tidak puas jika produk tidak berfungsi seperti yang diharapkan, dan jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan maka pembeli akan merasa puas. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) Kepuasan adalah rasa senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil dari suatu produk atau jasa dengan harapan. Pelanggan merasa tidak puas ketika pelayanan dan pengalaman yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan. Di sisi lain, jika layanan dan kinerja yang di terima memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Komunikasi. Melalui metode wawancara tidak langsung, penulis memilih instrumen kuesioner, yang dibuat melalui website Kutanya.com. Kuesioner ini diberikan kepada 100 responden.

Penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan Teknik *Quota Sampling*. Penelitian ini diambil dari data pelanggan PRTG Network Monitor di tahun 2022. Adapun penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Peserta membeli produk dan/atau jasa PRTG Network Monitor di tahun 2022.
2. Perusahaan tempat peserta bekerja merupakan industri diantaranya Banking (Bank) Multi Finance (keuangan), Manufaktur (manufaktur), ISP (penyedia jasa internet) / Telecommunication (Telekomunikasi) , dan IT Consultant (konsultan IT).
3. Perusahaan membeli produk PRTG Network Monitor dengan menghubungi langsung (end user) maupun dengan bantuan perusahaan lain (reseller).

Pengolahan data dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis data yaitu uji validitas data, uji reliabilitas data, analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas) dan uji kesesuaian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kusioner valid untuk dilanjutkan ke penelitian.

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Variabel	r hitung	Keterangan
KP 1	0.541	Valid
KP 2	0.662	Valid
KP 3	0.698	Valid
KP 4	0.577	Valid
KP 7	0.418	Valid
KP 8	0.529	Valid

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KP 9	0.603	Valid
KP 10	0.558	Valid
KP 13	0.555	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka dapat dilihat bahwa semua pernyataan-pernyataan tersebut dapat dikatakan valid karena dalam hasil olah data tersebut dinyatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana hasil $r_{hitung} > 0,361$. Dengan demikian, maka semua pertanyaan di kuesioner dapat digunakan.

Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Variabel	r hitung	Keterangan
KL 1	0.459	Valid
KL 2	0.504	Valid
KL 3	0.701	Valid
KL 5	0.756	Valid
KL 6	0.468	Valid
KL 8	0.704	Valid
KL 9	0.535	Valid
KL 10	0.735	Valid
KL 11	0.742	Valid
KL 12	0.661	Valid
KL 13	0.697	Valid
KL 14	0.854	Valid
KL 15	0.592	Valid
KL 17	0.557	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka dapat dilihat bahwa semua pernyataan-pernyataan tersebut dapat dikatakan valid karena dalam hasil olah data tersebut dinyatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana hasil $r_{hitung} > 0,361$. Dengan demikian, maka semua pertanyaan di kuesioner dapat digunakan.

Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	r hitung	Keterangan
CS 2	0.668	Valid
CS 3	0.686	Valid
CS 4	0.421	Valid
CS 5	0.466	Valid
CS 6	0.485	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka dapat dilihat bahwa semua pernyataan-pernyataan tersebut dapat dikatakan valid karena dalam hasil olah data tersebut dinyatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana hasil $r_{hitung} > 0,361$. Dengan demikian, maka semua pertanyaan di kuesioner dapat digunakan.

Uji Reliabilitas Variabel

1. Dilarang menyalin, mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
KP	0.841	Reliabel
KL	0.913	Reliabel
CS	0.766	Reliabel

Pada tabel diatas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dalam uji reliabilitas pada variabel Kualitas Produk yaitu sebesar 0.957 yang artinya, variable promosi penjualan tersebut reliabel karena nilai ketiga variable tersebut > 0.8.

Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-Rata	Selang Kepercayaan 95%	
		Batas Bawah	Batas Atas
Kualitas Produk	4.07	3.96	4.17
Kualitas Layanan	4.09	3.99	4.19
Kepuasan Pelanggan	3.9	3.79	4.05

Hasil 100 responden yang telah diuji melalui SPSS memberikan hasil setiap variabel, rata-rata hasil responden setiap variabel, dan selang kepercayaan terhadap rata-rata tersebut yaitu sebesar 95% (Confidence Interval for Mean). Setiap selang kepercayaan memiliki batas bawah (Lower Bound) dan batas atas (Upper Bound)

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa :

1. Rata-rata Kualitas Produk adalah 4.07 dengan selang kepercayaan sebesar 95% dimana batas bawah sebesar 3.96 dan batas atas sebesar 4.17
2. Rata-rata Kualitas Layanan adalah 4.09 dengan selang kepercayaan sebesar 95% dimana batas bawah sebesar 3.99 dan batas atas sebesar 4.19
3. Rata-rata Kepuasan Pelanggan adalah 3.92 dengan selang kepercayaan sebesar 95% dimana batas bawah sebesar 3.79 dan batas atas sebesar 4.05

Analisis Regresi Ganda

Setelah menganalisa secara deskriptif, dalam analisis regresi ganda ini terbentuklah model persamaan regresi dengan model sebagai berikut :

$$Y_{est.} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dari model persamaan regresi ini dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar a, koefisien regresi X1 sebesar b1, dan koefisien regresi X2 sebesar b2. Model ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Bebas	Koefisien Regresi
Konstanta	1.018
Kualitas Produk (x ₁)	0.611
Kualitas Layanan (x ₂)	0.102

Nilai koefisien regresi untuk variable Kualitas Produk sebesar 0.611. Dari angka tersebut dapat diartikan variable Kualitas Produk menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga untuk Kualitas Layanan. Nilai koefisien regresi untuk variable Kualitas Layanan sebesar 0.102.

Dari angka tersebut dapat diartikan variable Kualitas Layanan menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu terbentuklah model persamaan regresi sebagai berikut

$$Y_{est} = 1.018 + 0.611 x_1 + 0.102 x_2$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan One Sample Kolmogorov – Smirnov Test (1-Sample KS) yang diperlukan untuk menguji nilai residual dalam uji normalitas, sehingga hasil penelitian terhadap data yang digunakan dapat berdistribusi “tidak normal” atau “normal”. Tabel 4.11 merupakan hasil pengolahan output dalam One Sample Kolmogorov – Smirnov Test (1-Sample KS) :

Asymp. Sig (2 -tailed)	Kriteria	Keterangan
0.10	> 0.05	Residual terdistribusi normal

Tabel diatas menunjukkan bahwa uji normalitas menggunakan 1 – Sample KS yakni berdistribusi normal pada H_0 dalam data residual serta dasar pengambilan keputusan yakni $p\text{-value} > 0.05$ (nilai sig pada uji normalitas $1 - \text{Sample KS} = 0.10 > 0.05$) sehingga residual dinyatakan “berdistribusi normal”

Uji Multikolinieritas

Untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dalam model regresi yakni melihat hasil nilai VIF (Variance Inflation Factor). Pengujian ini dilakukan dalam uji multikolinieritas melalui SPSS

Variabel	Collineary Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	0.494	2.024	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Layanan	0.494	2.024	Tidak terjadi multikolinieritas

Pada table diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa hasil pengolahan data dalam uji multikolinieritas terhadap variabel kualitas produk dan kualitas layanan yakni tidak terjadi multikolinieritas disebabkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 yaitu sebesar $2.024 < 10$ dan nilai tolerance $0.494 > 0,1$.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya perbedaan variansi dari residual antara satu pengamat terhadap pengamat lain. Metode yang digunakan untuk menguji atau mengukur terjadi atau tidak terjadinya heteroskedastisitas yakni menggunakan SPSS.

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualias Produk	0.56	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0.31	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Pada table diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas (uji Glejser) memiliki nilai sig. $0.56 > 0.05$ (Kualitas Produk) dan nilai sig. $0.31 > 0.05$ (Kualitas Layanan) sehingga kedua variabel independen dikatakan “tidak terjadi heteroskedastisitas”



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil data yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan detail sebagai berikut :

1. Kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Saran yang dapat diberikan agar dapat mempertahankan kualitas produk yang terus dijaga dan ditingkatkan, dan juga meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Ada beberapa saran dari penulis untuk meningkatkan kualitas layanan seperti :

1. Pihak teknisi PT. DCMS mempertahankan ketepatan waktu saat melakukan kunjungan ke pelanggan
2. Pihak sales lebih responsif lagi saat baik menanggapi keluhan ataupun permintaan dari pelanggan, lebih cepat dalam membalas pesan, atau menambah personel sales
3. Pihak teknisi dapat menambahkan nomor khusus untuk piket secara berkala yang dipegang oleh beberapa teknisi, sehingga keluhan dapat ditanggapi oleh semua teknisi sehingga waktu respon lebih cepat dan teknisi juga dapat memberikan solusi yang efisien

Saran bagi peneliti lain, diketahui bahwa masih banyak pengaruh-pengaruh variabel lain yang peneliti tidak dapat masukkan pada penelitian ini, oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar menambah variabel atau mengganti variabel yang diteliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh dari variabel-variabel independen lain terhadap variabel dependen lainnya. dengan begitu maka kita dapat melihat pengaruh antar variabel lain yang dapat mengembangkan perusahaan yang diteliti. Selain itu, diharapkan bahwa peneliti selanjutnya menggunakan dimensi yang lebih tepat dalam penelitian yang akan dilakukan sehingga penelitian dapat menjadi lebih baik dan tepat dalam membuat setiap indikator-indikator yang diperlukan dalam penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini adalah salah satu persyaratan akademik bagi seluruh mahasiswa untuk mendapatkan gelar sarjana. Selama penyusunan skripsi ini, banyak hal yang menurut penulis yakini tidak mungkin akan terwujud tanpa dukungan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, IR., M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi yang membimbing, mengarahkan dan membentuk skripsi ini.
2. Orang tua dan kedua adik saya yang selalu mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini secepat mungkin.
3. Sahabat saya, Christy Verent, Lestari Panjaitan, Namisa Dori, Yuni Sofia yang menjadi teman diskusi selama penyusunan, menjadi penyemangat dan motivator untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bantuan dari teman-teman yang sudah membuat skripsi sebelumnya, Oktaviana yang memberikan nasihat dan tips agar skripsi berjalan lancar dan cepat. Juga kepada Indriana Marcela yang telah membantu merapikan skripsi ini.
5. Dan semua rekan kantor dan kampus yang memberikan motivasi dan dorongan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Copper, Schindler (2017), Metodologi Bisnis, Edisi : 17, United States of America: Pearson Education

Firmansyah, Anang (2019), Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy), Edisi : 1, Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, Edisi : 15e, United States of America: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2020), Principles of Marketing, Edisi: 8, United States of America: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2021), Principles of Marketing, Edisi: 18e, United States of America: Pearson Education.

Jurnal :

Felicia, Agnes (2022), Skripsi : “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Kelapa gading”, Kwik Kian Gie School of Business (Dipublikasikan)

Christine (2021), Skripsi : “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Haidilao Hotpot di MOI Kelapa Gading “, Kwik Kian Gie School of Business (Dipublikasikan)

Chastine, Valencia (2022), Skripsi : “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Smartphone Samsung di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara” , Kwik Kian Gie School of Business (Dipublikasikan)

Website :

Peerspot, 2022, PRTG Network Monitor Reviews diakses tanggal 25 April 2023 <https://www.peerspot.com/products/prtg-network-monitor-reviews?rating=3>

Phintraco, 2022, Pentingnya IT Infrastructure Monitoring untuk Perusahaan, diakses tanggal 24 April 2023 <https://phintraco.com/pentingnya-it-infrastructure-monitoring-untuk-perusahaan>

Binus, 2019, IT Monitoring Tools Pemilihan Monitoring Tools untuk Menghadapi Down Time, diakses tanggal 24 April 2023 <https://mti.binus.ac.id/2019/06/18/it-monitoring-tools-pemilihan-monitoring-tools-untuk-menghadapi-down-time/>

Barantum, 2022, Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan dan Indikatornya, diakses tanggal 25 April 2023 <https://www.barantum.com/blog/mengukur-kepuasan-pelanggan/>

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

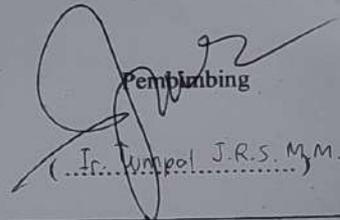
**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Novilia Indriani
NIM : 26189115 Tanggal Sidang : 27 April 2023
Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan
PRTG Network Monitor Terhadap Kepuasan Pelanggan
PT. Daya Cipta Mandiri Solusi di Jakarta

Jakarta, 16 / Mei 20 23

Mahasiswa/I
Novilia I
(.....)

Pembimbing

(..... Ir. Unpop J.R.S. M.M.)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.