

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Kinerja Produksi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Happy Viola Al-Firdaus Collection Tulungagung

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel kinerja produksi (X1) yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ada di Happy Viola Al-Firdaus Collection maka dari itu apabila kualitas pada produksi ini baik dan bagus maka akan terjadi suatu kenaikan atau meningkat pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dan sebaliknya, apabila kinerja produksi (X1) mengalami penurunan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) juga akan mengalami penurunan.

Kinerja Produksi merupakan kemampuan dalam bekerja yang mampu mencapai melaksanakan atau menjalankan dalam tugas yang kita laksanakan dengan baik maupun semua aktifitas yang ada dalam produksi.¹ Jadi kinerja produksi terdapat suatu hal faktor yang terpenting dalam menjalankan pekerjaan, tahap kinerja produksi belum tentu pekerjaan itu mampu terselesaikan atau bahkan akan berhenti. Dengan itu besar kecilnya kinerja produksi akan mempengaruhi suatu hasil produksi, apabila tenaga kerja sedikit akan menyebabkan produktivitas menurun, begitupun juga sebaliknya.

¹ Rafi Aditya Herdiawan, *Pengaruh Disiplin.....*, hal. 32

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Risma Hardiyanti², dimana kinerja produksi merupakan adalah suatu keadaan yang berkaitan dengan keberhasilan suatu organisasi dalam menjalankan misi yang dimilikinya yang dapat diukur menggunakan dari tingkat produktivitas, kualitas layanan, responsivitas, responsibilitas, dan akuntabilitas. Maka variabel kinerja produksi dapat diartikan bahwasannya dalam hal kinerja produksi ini begitu sangat penting dimana suatu hasil dari suatu kegiatan kerjasama diantara anggota atau komponen karyawan dalam mewujudkan tujuan dalam konveksi tersebut. Dengan suatu hasil kerja yang dicapai pada suatu instansi dalam untuk menjalankan tugasnya dalam kurun waktu tertentu, dimana dalam waktu baik yang terkait dengan *input*, *output*, *outcome*, *benefit*, maupun *impact* dengan begitu tanggung jawab maka dapat mempermudah arah penataan dalam organisasi pemerintahan dengan begitu adanya hasil kerja yang dicapai oleh suatu instansi dengan begitu penuh tanggung jawab makan akan tercapai suatu peningkatan kinerja yang begitu efektif dan efisien.

B. Pengaruh Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Happy Viola Al-Firdaus Collection Tulungagung

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel pemasaran (X₂) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ada di Happy Viola Al-Firdaus Collection. Dalam hal ini

² Risma Hardiyanti, *Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konveksi Pakaian Sarkadi Di Desa Pesurungan Kidul Kota Tegal*, Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi, (Universitas Pancasakti Tegal, 2020).

apabila terdapat kenaikan pada variabel pemasaran (X2) maka akan terjadi kenaikan atau peningkatan pada variabel pemasaran dan begitupun sebaliknya, apabila pemasaran (X2) mengalami penurunan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) juga akan mengalami penurunan.

Menurut Phillip Kotler, pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang akan diarahkan untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan dengan melalui proses pertukaran.³ Pemasaran dapat dipahami dengan tidak dalam pemahaman lama sebagai pemasaran bercerita dan menjual namun dalam pemahaman modern merupakan yang memuaskan kebutuhan pada pelanggan. Dengan pemasaran ini dapat memahami suatu kebutuhan pelanggan, maka dapat mengembangkan suatu produk dan jasa menyediakan suatu nilai yang lebih unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa dengan begitu secara efektif sehingga mampu untuk produk dan jasa akan mudah untuk dijual. Maka dari itu, pemasaran merupakan sebagai proses pada perusahaan yang mampu menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Siti Rina Agustiningrum⁴, pemasaran merupakan suatu kunci untuk mencapai tujuan pada suatu perusahaan dengan melalui penentuan kebutuhan dan keinginan dari pasar sasaran. Maka dari itu pemasaran dalam hal ini sangat begitu penting

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), hal. 10

⁴ Siti Rina Agustiningrum, *Strategi Pemasaran Konveksi XYZ Di Kawasan Kampus IPB Darmaga Bogor*, *Skripsi Jurusan Manajemen*, (Institut Pertanian Bogor, 2012).

dengan cara memasarkan hasil produksi membutuhkan berbagai strategi dan biaya promosi yang harus dipersiapkan pada saat memutuskan untuk dapat memulai bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha untuk menjalankan usahanya, demi mempertahankan suatu kelangsungan hidup dalam perusahaan dan untuk perkembangan usahanya serta untuk mendapatkan suatu laba.

C. Pengaruh Kinerja Produksi dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Happy Viola Al-Firdaus Collection Tulungagung

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel kinerja produksi (X1) dan pemasaran (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang ada di Happy Viola Al-Firdaus Collection. Dimana dapat dilihat dari hasil olah data pada uji F yang menunjukkan bahwa variabel independen (kinerja produksi dan pemasaran) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan pada Happy Viola Al-Firdaus Collection).

Kepuasan pelanggan pada sebuah produk yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan, maka pelanggan katakan puas. Dan apabila sebaliknya, yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan mengatakan tidak puas. Karena pada dasarnya kepuasan pelangganlah yang menjadi tujuan. Pelanggan mengalami tingkat kepuasan dengan kinerja seperti apa yang diinginkan, pelanggan yang merasa dengan kinerja pada produksi sesuai dengan apa yang pelanggan minta dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan memiliki faktor yang

penting berkontribusi dalam terciptanya loyalitas pelanggan, peningkatan *good will* atau reputasi dari perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi masa depan, dan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nurfaizah⁵, kepuasan pelanggan mencakup perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima, karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang, maka pelangganlah yang menentukan apakah suatu produk atau jasa tersebut berkualitas atau tidak. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen atau lembaga penyedia layanan jasa. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

⁵ Nurfaizah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Konveksi Percetakan Anksa Production*, Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, (Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019).

