



Pengaruh *System Usability* dan *Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Percetakan Gajah Semarang

Andamas Pandya Gita Arya Rengga^{1*}, Yanuarza Vartheo Darsono², M. Rifki Bahktiar³, Emi Trimiati⁴

¹⁻⁴Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas AKI,
Jalan Imam Bonjol No 15-17, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, 50173

*Penulis Korespondensi: andamasrengga@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to investigate the influence of usability of the system and quality of products toward customer satisfaction at Gajah Print Printing Semarang. This study was initiated because customer satisfaction plays a crucial role in sustaining client loyalty under intense rivalry within the printing industry. The research design employed is quantitative with analytical technique of multiple linear regression analysis supported by SPSS version 25. Data acquisition was performed using questionnaires distributed to 163 respondents who have used services of Gajah Print. The outcomes reveal that system usability has a positive and significant relationship with customer satisfaction at a significance value of 0.001. Moreover, product quality also shows a positive and significant relationship with customer satisfaction at a significance value of 0.001. Together, both variables significantly affect customer satisfaction with an F value of 98.372 and significance level of 0.001. The coefficient of determination indicates that system usability and product quality explain 55.1% of variations in customer satisfaction, whereas 44.9% is influenced by other factors outside the model. Thus, improvement in system usability and product quality contributes to higher customer satisfaction at Gajah Print Semarang.*

Keywords: *System Usability; Product Quality; Customer Satisfaction; Marketing; Printing.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengaruh *system usability* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* di Gajah Print Semarang. Penelitian ini dilaksanakan karena *customer satisfaction* merupakan elemen penting dalam menjaga loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri percetakan yang semakin intens. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik regresi linear berganda pada SPSS versi 25. Kuesioner dibagikan kepada 163 responden yang menggunakan jasa percetakan Gajah Print. Pada Tabel 6, terlihat bahwa pengaruh *system usability* terhadap *customer satisfaction* menghasilkan nilai positif dan signifikan (0.001). Temuan ini menunjukkan bahwa *product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai signifikansi sebesar 0.001. Jika kedua variabel dibaca pada waktu yang sama, kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai $F = 98.372$ dan signifikansi 0.001. Rekomendasi *system usability* dan *product quality* dapat menjelaskan 55,1% Kepuasan Pelanggan dan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar penelitian ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2). Oleh sebab itu, peningkatan kemudahan operasional sistem dan kualitas barang berpeluang meningkatkan *customer satisfaction* di Gajah Print Semarang.

Kata kunci: *System Usability; Product Quality; Customer Satisfaction; Pemasaran; Percetakan.*

LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis jasa percetakan di Kota Semarang semakin menekankan pelaku usaha untuk memberikan kinerja layanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam memilih jasa percetakan, konsumen cenderung memperhatikan berbagai aspek yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan, seperti mempertimbangkan

kemudahan sistem pemesanan yang efektif dan efisien serta kualitas hasil cetakan yang sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Kotler & Keller (2016) “*customer satisfaction* merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya”. Pelanggan cenderung puas saat performa barang atau layanan cocok bahkan melampaui ekspektasi mereka. *customer satisfaction* menjadi penentu utama untuk membangun loyalitas konsumen dalam waktu jangka panjang. Pelanggan yang merasa senang umumnya akan kembali memesan dan tetap memakai jasa yang sama pada waktu berikutnya. Oleh karena itu, bagi pelaku usaha percetakan, Menjaga serta menaikkan *customer satisfaction* merupakan langkah strategis untuk membangun loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang yang berkesinambungan.

Upaya untuk meningkatkan *customer satisfaction* dapat dicapai dengan berbagai cara. Dalam konteks bisnis percetakan, salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah *system usability*. Pelanggan akan merasakan kenyamanan serta kemudahan saat melakukan order ketika sistem berjalan secara efektif dan efisien. Selain itu, *product quality* juga dapat memengaruhi *customer satisfaction*. Konsumen biasanya mengalami kepuasan ketika hasil cetakan selaras dengan harapan. *Product quality* mengacu pada kapasitas keluaran produk dalam menjawab kebutuhan serta ekspektasi pengguna sehingga berdampak pada *customer satisfaction* dalam memilih layanan percetakan.

Menurut Oliver (1980) mengatakan bahwa “*customer satisfaction* muncul dari proses perbandingan antara harapan konsumen sebelum menggunakan produk atau jasa dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan”. Konsumen jasa percetakan memiliki harapan terhadap kemudahan penggunaan sistem pemesanan dan kualitas hasil cetakan yang diberikan. Apabila *system usability* mampu memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, kemudahan melakukan pemesanan, dan akses yang lancar saat digunakan, maka konsumen akan memperoleh pengalaman yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan. Selain itu, *product quality* yang ditunjukkan melalui kualitas hasil cetakan, kualitas bahan yang digunakan, Kesesuaian dengan spesifikasi pesanan, dan kerapian saat proses pemotongan. Kondisi tersebut mampu mengakomodasi ekspektasi pelanggan. Namun jika sistem terasa rumit dipakai atau hasil print tidak cocok dengan harapan, maka dapat memunculkan rasa tidak puas pada konsumen.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh *system usability* terhadap *customer satisfaction*. Penelitian oleh Napitupulu & Hidayati (2024), Bintari et al. (2022), dan Santika & Musmini (2026) mengatakan bahwa “*system usability* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*”. Sedangkan, penelitian oleh Alfareza et al. (2024) mengatakan bahwa “*system usability* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, penelitian yang mengkaji *product quality* terhadap *customer satisfaction* juga menghasilkan temuan yang beragam”. Penelitian oleh Kristiawan et al. (2021), Mamase & Octaviani (2020), dan Asti & Ayuningtyas (2020) mengatakan bahwa “*product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*”. Sedangkan, penelitian oleh Tanjung & Rahman (2023) mengatakan bahwa “*product quality* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*”.

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan, masih ditemukan gap penelitian terkait dampak *system usability* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* khususnya pada sektor percetakan. Studi-studi terdahulu memperlihatkan hasil yang tidak seragam. Temuan yang ada menunjukkan sebagian berdampak positif, sedangkan lainnya tidak memberikan pengaruh pada *customer satisfaction*. Dengan demikian, studi ini

diarahkan untuk menguji secara empiris dampak *system usability* dan *product quality* terhadap konsumen di Percetakan Gajah Print. Selain itu, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian, karena belum terdapat penelitian yang dilakukan pada Percetakan Gajah Print sebagai objek penelitian.

KAJIAN TEORITIS

Expectation Disconfirmation Theory

Menurut Oliver (1980) mengatakan bahwa “*customer satisfaction* muncul dari proses perbandingan antara harapan konsumen sebelum menggunakan produk atau jasa dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan”. Apabila hasil yang dicapai sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasakan kepuasan. Namun jika kinerja berada di bawah ekspektasi, konsumen akan mengalami ketidakpuasan. Teori tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana *system usability* dan *product quality* berperan sebagai bentuk kinerja yang dirasakan oleh konsumen.

Konsumen yang menggunakan layanan percetakan memiliki harapan terhadap kemudahan sistem yang digunakan selama proses pemesanan serta *product quality* yang diterima. Setelah menggunakan layanan tersebut, konsumen akan mengevaluasi apakah kemudahan penggunaan sistem dan kualitas hasil cetakan apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan. Semakin baik kinerja yang ditunjukkan oleh sistem maupun produk yang dihasilkan, maka semakin besar kemungkinan harapan konsumen terpenuhi atau bahkan terlampaui. Pemenuhan harapan tersebut akan menimbulkan penilaian yang baik terhadap layanan yang diterima, sehingga meningkatkan *customer satisfaction*.

System Usability

System usability menurut Shneiderman (2022)¹ dalam Santika & Musmini (2026) merupakan “kualitas yang membuat suatu sistem atau layanan mudah dipelajari, mudah diingat, efisien untuk digunakan, efektif untuk mencapai tujuan pengguna, dan menyenangkan untuk digunakan”. *System usability* yang baik akan meningkatkan *customer satisfaction* karena dapat menggunakan sistem dengan lebih mudah, cepat, dan nyaman dalam memenuhi kebutuhannya. Menurut Susanti et al. (2021) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *system usability*, antara lain :

1. kemudahan penggunaan (*easy of use*)
2. waktu respon (*response time*)
3. kemudahan (*navigable*)
4. informatif (*informative*)
5. kemudahan belajar (*learnability*)
6. Kesalahan (*error*)

Product Quality

Product quality menurut Yulianto et al. (2020) merupakan “tingkatan baik atau buruknya sesuatu produk yang dihasilkan, baik produk itu berupa barang maupun produk yang berupa jasa yang dihasilkan dari suatu proses tertentu yang mana produk itu sesuai dengan ketentuan atau standar kebutuhan yang diinginkan oleh rata-rata orang”. *Product quality* yang unggul akan mengangkat *customer satisfaction* karena produk dapat memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Menurut Wibowo et al. (2023) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *product quality*, antara lain :

1. Bentuk (*form*)
2. Ketahanan (*resilience*)

3. Keandalan (*reliability*)
4. Desain (*design*)

Customer Satisfaction

Menurut Kotler & Kotler (2016) “*customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan hasil kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya”. *Customer satisfaction* muncul dari aktivitas membandingkan harapan pelanggan sebelum penggunaan produk atau layanan dengan hasil aktual setelah digunakan. Menurut Budiarno et al. (2022) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction*, antara lain ;

1. Kualitas Produk (*product quality*)
2. Kualitas Layanan (*service quality*)
3. Emosional (*emotional*)
4. Harga (*price*)
5. Biaya (*cost*)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh System Usability Terhadap Customer Satisfaction

System usability merupakan elemen yang mampu memberikan dampak pada *customer satisfaction*. Berdasarkan *Expectation Disconfirmation Theory* yang dikemukakan oleh Oliver (1980), “*customer satisfaction* muncul saat kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan konsumen”. Dalam penggunaan website atau sistem pemesanan percetakan. Konsumen akan membandingkan harapan mereka terhadap kemudahan penggunaan sistem dengan pengalaman nyata yang dirasakan saat melakukan pemesanan. *Customer satisfaction* akan terbentuk ketika tampilan sistem mudah dipahami, proses pemesanan yang mudah, dan akses yang lancar saat digunakan. Ketika *System Usability* meningkat kualitasnya, maka kepuasan konsumen ikut mengalami kenaikan. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu menurut Abrar et al. (2026), Firzatullah & Nugroho (2025), dan Hammadi (2020) mengatakan bahwa “*system usability* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*”.

Berdasarkan formulasi tersebut, hipotesis dirumuskan sebagaimana berikut ini:

H₁: *System usability* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

Product quality menjadi faktor yang dapat memengaruhi *customer satisfaction*. Berdasarkan *Expectation Disconfirmation Theory* yang dikemukakan oleh Oliver (1980), “*customer satisfaction* muncul saat kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan konsumen”. Pada bisnis percetakan, pelanggan menilai ekspektasi mereka dari mutu hasil cetak, mutu material yang dipakai, kecocokan dengan detail pesanan, serta ketelitian pada tahap pemotongan. Peningkatan *product quality* akan berbanding lurus dengan naiknya *customer satisfaction* sebab produk dinilai dapat memenuhi kebutuhan serta ekspektasi mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu menurut Andriyani & Ardianto (2020), Yulianto et al. (2020), Limantoro et al. (2026) mengatakan bahwa “*product quality* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*”.

Dengan demikian, berdasarkan pernyataan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

Pengaruh System Usability dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

System usability dan *product quality* menjadi faktor penting yang berperan dalam membentuk *customer satisfaction*. Berdasarkan *Expectation Disconfirmation Theory* yang dikemukakan Oliver (1980), “*customer satisfaction* muncul saat kinerja yang

diterima sesuai dengan harapan konsumen”. Dalam usaha percetakan, kemudahan penggunaan sistem pemesanan serta kualitas produk yang dihasilkan menjadi aspek penting yang memengaruhi penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diberikan. Sistem yang mudah dipahami, digunakan dan kualitas hasil cetak yang baik, dapat meningkatkan pengalaman konsumen sehingga mendorong terciptanya kepuasan. Semakin baik *system usability* dan *product quality* yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi tingkat *customer satisfaction*.

Maka, dari perumusan tersebut disusun hipotesis sebagai berikut :

H₃: *System usability* dan *Product quality* secara simultan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

3.METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen di bawah pertimbangan studi penelitian tertentu. Populasi penelitian adalah semua pelanggan lain yang telah menggunakan layanan Gajah Print. Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih. Objek sampel dalam penelitian ini adalah beberapa pengguna layanan Gajah Print. Data yang Anda gunakan untuk survei dianggap terbatas dan berkelanjutan, hal ini digunakan dalam penelitian kualitatif. Data kuantitatif adalah angka-angka yang dapat dihitung dan yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh peserta survei.

Data primer dan data sekunder merupakan sumber data penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner pelanggan di Gajah Print. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari referensi lain, seperti buku, jurnal, atau bahkan artikel ilmiah. Data dikumpulkan melalui purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Sampel yang diajukan berjumlah 163 responden.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan memakai perangkat lunak SPSS v25. Tahapan teknik analisis data adalah sebagai berikut uji validitas, uji realibilitas, uji heteroskedastisitas (*scatterplot*), uji multikolinearitas, uji t (uji parsial), uji f (uji simultan), uji koefisien determinasi dan teknik analisis data yang digunakan ialah regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Nama variabel	Indikator	R-hitung	R-tabel	Keterangan
System Usability	X1.1	0,645	0.1538	Valid
	X1.2	0,477	0.1538	Valid
	X1.3	0,501	0.1538	Valid
	X1.4	0,596	0.1538	Valid
	X1.5	0,609	0.1538	Valid
	X1.6	0,633	0.1538	Valid
Product Quality	X2.1	0,739	0.1538	Valid
	X2.2	0,692	0.1538	Valid
	X3.3	0,681	0.1538	Valid
	X4.4	0,653	0.1538	Valid

Customer Satisfaction	Y1.1	0,593	0.1538	Valid
	Y1.2	0,674	0.1538	Valid
	Y1.3	0,719	0.1538	Valid
	Y1.4	0,620	0.1538	Valid
	Y1.5	0,644	0.1538	Valid

Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan tabel 1. uji validitas tersebut terlihat bahwa pada *system usability* setiap indikator menunjukkan r hitung yang lebih besar dibanding r tabel 0,153. X1.1 bernilai 0,645, X1.2 sebesar 0,447, X1.3 sebesar 0,501, X1.4 sebesar 0,596, X1.5 sebesar 0,609, dan X1.6 sebesar 0,633. Seluruh nilai korelasi yang melampaui 0,153 menguatkan bahwa semua indikator *system usability* valid. Hasil pengujian validitas pada *product quality* menunjukkan semua indikator berada di atas r tabel 0,153. X2.1 bernilai 0,739, X2.2 sebesar 0,692, X2.3 sebesar 0,681, dan X2.4 sebesar 0,653 sehingga seluruh indikator *product quality* dinyatakan valid. Hasil pengujian *customer satisfaction* menunjukkan seluruh indikator melebihi r tabel 0,153. Y1.1 sebesar 0,593, Y1.2 sebesar 0,674, Y1.3 sebesar 0,719, Y1.4 sebesar 0,620, dan Y1.5 sebesar 0,644 sehingga semua indikator *customer satisfaction* dinyatakan valid serta layak digunakan dalam penelitian.

Uji Realibilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

	Cronbach's Alpha	N of Items
System Usability	0,603	6
Product Quality	0,636	4
CustomerSatisfaction	0,658	5

Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan tabel 2. memperlihatkan hasil uji reliabilitas pada variabel *system usability*, *product quality*, dan *customer satisfaction*. Output pengujian memperlihatkan *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,6. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel *system usability*, *product quality* dan *customer satisfaction* dinyatakan andal atau reliabel.

Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		163
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30117148
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.064

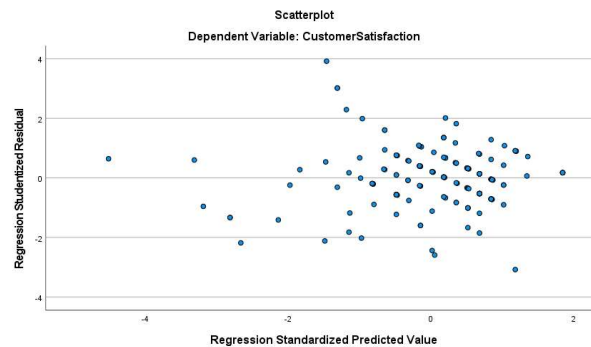
Test Statistic	.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.068
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	.070
Sig.	
99% Confidence Interval	Lower Bound
	Upper Bound
	.063
	.076

Sumber: Luaran SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 3. hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,068. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal. Oleh karena itu, data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (*scatterplot*)



Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan tabel 4. pada uji heteroskedastisitas, semakin kecil nilai residual akan diikuti oleh plot sebaran residual acak pada Y tanpa pola tertentu. Ini menunjukkan bahwa tidak ada variasi kesalahan yang disebabkan oleh nilai X, yang berarti asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan analisis regresi dapat dilakukan.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	SystemUsability	.744	1.344
	ProductQuality	.744	1.344

a. Dependent Variable: CustomerSatisfaction

Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 5. pengujian multikolinearitas menunjukkan System Usability memiliki tolerance 0,744 ($>0,1$) dan VIF 1,344 (<10). Hal ini menandakan tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model hubungan antar variabel independen. Oleh karena itu seluruh variabel layak digunakan dalam analisis sebab tidak ditemukan gangguan multikolinearitas.

Uji T (Parsial)

**Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.058	.242		4.380	<.001
	SystemUsability	.326	.062	.325	5.290	<.001
	ProductQuality	.451	.053	.524	8.529	<.001

a. Dependent Variable: CustomerSatisfaction

Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan tabel 6. Hasil uji t (parsial) pada variabel *sytem usability* memiliki nilai 0,326 dengan signifikansi kurang dari 0,001 (<0,05) yang menunjukkan pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* sehingga H₁ diterima. Sedangkan pada variabel *product quality* memiliki nilai 0,451 dengan signifikansi kurang dari 0,001 (<0,05) yang menandakan pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* sehingga H₁ diterima.

Uji F (Simultan)

**Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.069	2	9.034	98.372	<.001 ^b
	Residual	14.694	160	.092		
	Total	32.763	162			

a. Dependent Variable: CustomerSatisfaction

b. Predictors: (Constant), ProductQuality, SystemUsability

Sumber: Luaran SPSS 2025

Pada tabel 7. menunjukkan bahwa hasil uji simultan (Uji F). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F sebesar 98,372 dengan nilai signifikansi <0,001 (<0,05). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *system usability* dan *product quality* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *customer satisfaction*, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.551	.546	.30305

a. Predictors: (Constant), ProductQuality, SystemUsability

b. Dependent Variable: CustomerSatisfaction

Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan pada tabel 8. menunjukkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,551. Temuan ini mengindikasikan bahwa *system usability* dan *product quality* menjelaskan *customer satisfaction* sebesar 55,1 persen sementara 44,9 persen berasal dari variabel lain di luar model.

Pembahasan

Pengaruh System Usability Terhadap Customer Satisfaction

Hasil penelitian membuktikan bahwa *system usability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,326 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($<0,05$). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa sistem yang mudah dipahami, efisien digunakan, dan jarang mengalami kendala dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Bintari et al. (2022)¹ yang menyatakan bahwa *system usability* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi *customer satisfaction*.

Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Temuan ini didasarkan pada hasil uji t yang menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,451 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001 ($<0,05$). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diterima konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Saputri & Aprianti (2021) yang menyatakan bahwa *product quality* merupakan salah satu penting yang dapat meningkatkan *customer satisfaction*.

Pengaruh System Usability dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *system usability* dan *product quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F sebesar 98,372 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001 ($<0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa *customer satisfaction* terbentuk melalui kombinasi kemudahan penggunaan sistem pemesanan dan kualitas hasil cetakan yang diterima. Sesuai dengan *Expectation Disconfirmation Theory*, konsumen akan merasa puas ketika kinerja layanan yang

dirasakan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 55,1% menunjukkan bahwa *system usability dan product quality* memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan *customer satisfaction*, sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk untuk mengkaji dampak *system usability* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Temuan mengungkap bahwa *system usability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, sehingga kemudahan akses sistem berkorelasi dengan meningkatnya *customer satisfaction*. Temuan ini menunjukkan adanya kontribusi menguntungkan terhadap *customer satisfaction*, di mana mutu hasil cetak yang tinggi mampu meningkatkan rasa puas konsumen. Secara kolektif, *system usability* dan *product quality* memiliki dampak signifikan terhadap *customer satisfaction* ($R^2 = 55,1\%$), sedangkan 44,9% sisanya berasal dari faktor eksternal yang tidak dimasukkan dalam kajian ini. Temuan ini memperkuat bahwa kemudahan penggunaan sistem inti menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan di Percetakan Gajah Print Semarang.

Temuan ini memberikan implikasi terapan bagi Percetakan Gajah Print Semarang agar meningkatkan kemudahan sistem pemesanan daring melalui pembaruan tampilan situs, penyederhanaan alur pemesanan, serta penguatan kestabilan akses sistem. Di samping itu, perusahaan dituntut mempertahankan serta meningkatkan mutu hasil cetak, kesesuaian produk terhadap pesanan pelanggan, serta kualitas material yang dipakai. Langkah tersebut diharapkan mampu menaikkan *customer satisfaction* dan memperkuat loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Abrar, Ahmad Jidan, Usep Suhud, and Meta Bara Berutu. 2026. "Evaluasi User Interface , Efficiency , Dan Accessibility Dalam Meningkatkan Usability Dan User Satisfaction Aplikasi M-Paspor." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3(1):95–117. doi: <https://doi.org/10.62710/ngxza564>.
- Alfareza, Muhammad Yusril, Desi Andreswari, and Julia Purnama Sari. 2024. "Analisis Pengaruh Usability , Information Quality , Service Interaction Quality Terhadap Kepuasan Pengguna SLAWE." *Jurnal Eksplora Informatika* 14(1):71–82. doi: 10.30864/eksplora.v14i1.1098.
- Andriyani, Meli, and Riski Eko Ardianto. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank." *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 01(02):133–40. doi: <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>.
- Asti, Eka Giovana, and Eka Avianti Ayuningtyas. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 01(01):1–14. doi: <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>.
- Bintari, Wulan Probo, IBN Udayana, and Bernadetta Diansepti Maharani. 2022. "Pengaruh Usability , Information Quality , Dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Kediri)." *Jurnal Ekonomi & Manajemen*

Universitas Bina Sarana Informatika 20(1):68–75. doi:
<https://doi.org/10.31294/jp.v20i1>.

- Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi Volume* 19(02):1–8. doi: <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>.
- Firzatullah, Farrel, and Marno Nugroho. 2025. “Pengaruh Usability , Trust , Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi BSI Mobile Kota Semarang.” *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4(2):2396–2408. doi: [10.31004/riggs.v4i2.851](https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.851).
- Hammadi, Akmal Hakam. 2020. “Pengaruh Usability Aplikasi Peduli Lindungi Terhadap Kepuasan Pengguna.” *Urnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)* 19(3):3.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Editi. PEARSON.
- Kristiawan, Yudhy, Hartoyo, and Budi Suharjo. 2021. “Customer Satisfaction on Service Quality or Product Quality : A Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek.” *Binus Business Review* 12(July):165–76. doi: [10.21512/bbr.v12i2.6672](https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672).
- Limantoro, Gray Melvin, Muhammad Rafiluth Putraku Danatmaja, Riski Zulkarnain, and Nasruddin Bin Idris. 2026. “Pengaruh Usability Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Dan Penyajian Informasi Universitas Mulia.” *Rekayasa Data Dan Kecerdasan Artifisial (REKADATA)* 1(2):73–80.
- Mamase, Adiyath Randy Yudi, and Dina Octaviani. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere Dan Product Quality Konsumen.” *Jurnal Equilibrium Manajemen* 6(1):39–47.
- Napitupulu, Armando, and Rahmatina Hidayati. 2024. “Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Dan Usability Aplikasi Grab Menggunakan Metode Pengujian Usability Dan System Usability Scale (SUS).” *Seminar Nasional Sistem Informasi* 4721–29.
- Oliver, Richard L. 1980. “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.” *Journal of Marketing Research* XVII(4):460–69. doi: [10.1177/002224378001700405](https://doi.org/10.1177/002224378001700405).
- Santika, I. Made Agus Dwi Candra, and Lucy Sri Musmini. 2026. “Pengaruh Fitur Layanan, Kualitas Sistem, Dan Usability Terhadap Kepuasan Penggunaan Aplikasi Koperasi Mobile.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* 17(186–199).
- Saputri, Dina, and Dian Irma Aprianti. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Percetakan Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda.” *Jurnal OBOR : Oikonomia Borneo* 03(2):13–22. doi: [10.24903/obor.v3i2.1423](https://doi.org/10.24903/obor.v3i2.1423).
- Susanti, Evi, Anuar Rasyid, and Nurjanah. 2021. “Analisis Usability Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Website.” *Jurnal Gema Pustakawan* 9(1):26–37. doi:

<https://doi.org/10.31258/jgp.9.1.26-37>.

- Tanjung, Juniar Rosalina, and Sarli Rahman. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt . Telkom Indonesia Pekanbaru." *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi)* 3(1).
- Wibowo, Krisna Pramudia Putra, Ustadus Sholihin, and Beny Mahyudi Saputra. 2023. "Pengaruh Harga , Lokasi , Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan Maskumambang Kediri." *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 1(4):184–99. doi: <https://doi.org/10.59603/ppiman.v1i4.126>.
- Yulianto, Andri Rizko, Herudini Subariyanti, and Ananto Krisna Wardhana. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ekonomi* 22(2):164–78.