

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

Andamas Pandya Gita Arya Rengga¹, Yanuarza Vartheo Darsono², M. Rifki Bakhtiar³, Emi Trimiaty⁴

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

Penulis Korespondensi: 121230110@student.unaki.ac.id

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. Information gathering utilized questionnaires delivered to 163 participants who previously accessed Gajah Print services. The results indicate that system usability is positively and significantly associated with customer satisfaction with a significance score of 0.001. In addition, product quality is also positively and significantly associated with customer satisfaction with a significance score of 0.001. When evaluated concurrently, both variables produce a significant effect on customer satisfaction with an F statistic reaching 98.372 and a significance level of 0.001. The coefficient of determination shows that 55.1% of changes in customer satisfaction are attributable to system usability and product quality, whereas the other 44.9% stems from external variables not incorporated into the framework. Therefore, enhancing system usability together with product quality promotes greater customer satisfaction at Gajah Print Semarang.*

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

Abstrak. Studi ini disusun guna menganalisis pengaruh *system usability* beserta *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada Gajah Print Semarang. Penyelenggaraan penelitian dilakukan mengingat *customer satisfaction* menjadi aspek krusial untuk memelihara loyalitas konsumen di tengah kompetisi industri percetakan yang terus meningkat. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pemanfaatan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 25. Sebanyak 163 pengguna jasa Gajah Print memperoleh kuesioner sebagai instrumen penelitian. Mengacu pada Tabel 6, hubungan *system usability* terhadap *customer satisfaction* menunjukkan hasil positif sekaligus signifikan bernilai 0.001. Bukti empiris mengindikasikan *product quality* berhubungan secara searah serta bermakna pada *customer satisfaction* pada taraf (Sig.) 0.001. Apabila kedua variabel dievaluasi secara simultan, keduanya terbukti menyumbang dampak signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai $F = 98.372$ disertai signifikansi 0.001. Rekomendasi *system usability* dan *product quality* dapat menjelaskan 55,1% Kepuasan Pelanggan dan sisanya 44,9% dipengaruhi unsur eksternal yang tidak menjadi bagian kajian 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.

Dalam pandangan 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 menyumbang dampak 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 “*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 “*system usability* menyumbang dampak positif pada *customer satisfaction*”. Sedangkan, penelitian oleh Alfareza et al. (2024) mengatakan “*system usability* tidak menyumbang dampak 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 “*product quality* menyumbang dampak positif pada *customer satisfaction*”. Sedangkan, penelitian oleh Tanjung & Rahman (2023) mengatakan “*product quality* tidak menyumbang dampak 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 berfokus pada sasaran penelitian sebab belum ditemukan studi yang menggunakan Percetakan Gajah Print sebagai objek penelitian.

KAJIAN TEORITIS

Expectation Disconfirmation Theory

Menurut Oliver (1980) mengatakan “*customer satisfaction* muncul dari proses perbandingan antara harapan konsumen sebelum menggunakan produk atau jasa dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan”. Jika capaian yang diterima memenuhi maupun melampaui harapan, pelanggan akan merasakan tingkat 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) 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 berbagai determinan yang berkontribusi terhadap *customer satisfaction*, meliputi;

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 “*system usability* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction*”.

Berdasarkan formulasi tersebut, hipotesis dirumuskan sebagaimana berikut ini:

H₁: *System usability* menyumbang dampak positif pada *customer satisfaction*.

Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

Product quality menjadi faktor yang dapat memengaruhi *customer satisfaction*. Berlandaskan *Expectation Disconfirmation Theory* sebagaimana dipaparkan 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 “*product quality* memiliki pengaruh positif pada *customer satisfaction*”.

Dengan demikian, berdasarkan pernyataan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Product quality* menyumbang dampak positif pada *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

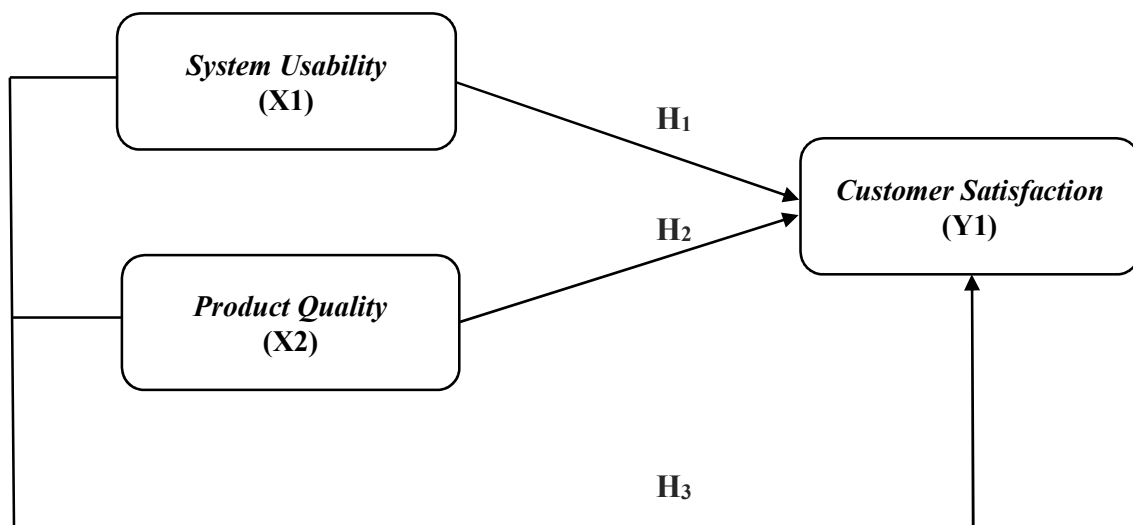
diterima sesuai dengan harapan konsumen”. Dalam usaha percetakan, kemudahan penggunaan sistem pemesanan serta kualitas produk yang dihasilkan menjadi aspek penting yang memengaruhi penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diberikan. Sistem yang mudah dipahami, digunakan dan kualitas hasil cetak 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: *Customer satisfaction* meningkat secara positif sebagai akibat pengaruh serentak *system usability* serta *product quality*.

Kerangka Penelitian

Berdasarkan penyusunan hipotesis yang telah dijelaskan, selanjutnya disusun rancangan penelitian:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis

Bertitik tolak dari formulasi hipotesis serta kerangka penelitian, berikut merupakan hipotesis yang digunakan dalam penelitian:

H₁: *System usability* menyumbang dampak positif pada *customer satisfaction*.

H₂: *Product quality* menyumbang dampak positif pada *customer satisfaction*.

H₃: *System usability* dan *Product quality* secara simultan menyumbang dampak positif pada *customer satisfaction*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan totalitas komponen yang dijadikan cakupan dalam sebuah kajian ilmiah tertentu. Populasi penelitian adalah semua pelanggan lain yang telah menggunakan layanan Gajah Print. Sampel diartikan sebagai sebagian anggota populasi yang ditentukan untuk dianalisis. Penelitian ini menggunakan beberapa pengguna layanan Gajah Print sebagai objek sampel. 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.

Sumber informasi pada riset ini meliputi data primer serta data sekunder. Data primer pada riset ini berasal langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan di Gajah Print. Data sekunder merupakan informasi yang bersumber dari berbagai rujukan, misalnya buku, jurnal, maupun artikel ilmiah. Perolehan data memanfaatkan teknik *purposive sampling* melalui seleksi sampel berdasarkan ketentuan khusus. Penelitian ini melibatkan 163 responden sebagai sampel.

Teknik Analisis Data

Pengolahan informasi penelitian dilakukan dengan bantuan SPSS v25. Rangkaian analisis terdiri atas uji validitas, uji reliabilitas, uji heteroskedastisitas (*scatterplot*), uji multikolinearitas, uji t (uji parsial), uji f (uji simultan), uji koefisien determinasi, kemudian dilanjutkan menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

**Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SystemUsability	163	2.83	5.00	4.1472	.44729
ProductQuality	163	1.50	5.00	4.2485	.52153
CustomerSatisfaction	163	2.80	5.00	4.3301	.44971
Valid N (listwise)	163				

Sumber: Luaran SPSS 2025

Pada Tabel 1. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, penelitian ini melibatkan 163 responden dengan tiga variabel penelitian yaitu *system usability*, *product quality*, dan *customer satisfaction*. Hasil deskriptif pada variabel *system usability* menunjukkan rentang nilai 2,83 sampai 5,00, rerata bernilai 4,1472, serta standar deviasi 0,44729. Sementara itu, variabel *product quality* berada pada kisaran 1,50 hingga 5,00, memiliki rata rata 4,2485 dengan standar deviasi 0,52153. Pada variabel *customer satisfaction* diperoleh rentang nilai 2,80 hingga 5,00, dengan nilai rata rata bernilai 4,3301 serta simpangan baku 0,44971.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Nama variabel	Indikator	R-hitung	R-tabel	Keterangan
System Usabilty	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

Mengacu pada tabel 2 hasil uji validitas, seluruh indikator *system usability* memiliki nilai *r* hitung melebihi *r* tabel bernilai 0,153. Nilai X1.1 mencapai 0,645, X1.2 bernilai 0,447, X1.3 bernilai 0,501, X1.4 bernilai 0,596, X1.5 bernilai 0,609, serta X1.6 bernilai 0,633. Keseluruhan koefisien korelasi yang berada di atas 0,153 membuktikan seluruh indikator *system usability* dinyatakan valid. Temuan uji validitas pada variabel *product quality* memperlihatkan setiap indikator mempunyai *r* hitung yang melampaui *r* tabel 0,153. X2.1 memperoleh nilai 0,739, X2.2 bernilai 0,692, X2.3 bernilai 0,681, serta X2.4 bernilai 0,653 sehingga seluruh indikator *product quality* dinyatakan valid. Temuan pengujian terhadap *customer satisfaction* memperlihatkan seluruh butir memiliki nilai melampaui *r* tabel 0,153. Indikator Y1.1 memperoleh 0,593, Y1.2 mencapai 0,674, Y1.3 bernilai 0,719, Y1.4 bernilai 0,620, sedangkan Y1.5 memperoleh 0,644. Oleh sebab itu, seluruh indikator *customer satisfaction* dikategorikan valid serta sesuai diterapkan pada penelitian.

Uji Realibilitas

Tabel 3. 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 3. memperlihatkan hasil uji reliabilitas pada variabel *system usability*, *product quality*, dan *customer satisfaction*. Output pengujian memperlihatkan *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,6. Bedasarkan hasil tersebut disimpulkan variabel *system usability*, *product quality* dan *customer satisfaction* dinyatakan andal atau reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4. 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
	Sig.	.070

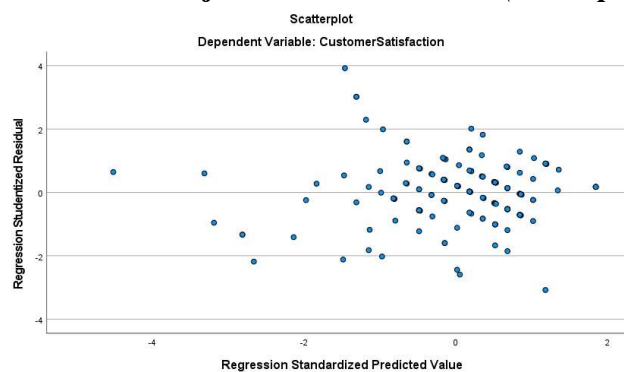
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	99% Confidence Interval	Lower Bound	.063
		Upper Bound	.076

Sumber: Luaran SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4. keluaran pengujian normalitas melalui metode *One Sample Kolmogorov Smirnov*, menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* 0,068. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal. Berdasarkan kondisi tersebut, data penelitian dinyatakan sesuai dengan asumsi normalitas serta layak dipakai untuk proses analisis lanjutan.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas (*scatterplot*)



Sumber: Luaran SPSS 2025

Merujuk Tabel 5. terkait pengujian heteroskedastisitas, semakin kecil nilai residual akan diikuti oleh plot sebaran residual acak pada Y tanpa pola tertentu. Ini menunjukkan tidak ada variasi kesalahan yang disebabkan oleh nilai X, yang berarti asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan analisis regresi dapat dilakukan.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
	Model	Tolerance	VIF
1	SystemUsability	.744	1.344
	ProductQuality	.744	1.344

a. Dependent Variable: CustomerSatisfaction

Sumber: Luaran SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 6. pengujian multikolinearitas menunjukkan *system usability* dan *product quality* memiliki tolerance 0,744 ($>0,1$) dan VIF 1,344 (<10). Fakta tersebut memperlihatkan model hubungan di antara variabel independen bebas dari permasalahan multikolinearitas. Oleh karena itu seluruh variabel layak digunakan dalam analisis sebab tidak ditemukan gangguan multikolinearitas.

Uji T (Parsial)

Tabel 7. 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

Sesuai informasi pada tabel 7, pengujian t (parsial) menghasilkan nilai 0,326 pada variabel *sytem usability* dengan signifikansi kurang dari 0,001 (<0,05). Temuan tersebut mengonfirmasi hubungan positif pada *customer satisfaction*, sehingga H1 dapat diterima. Di sisi lain, variabel *product quality* menghasilkan nilai 0,451 dengan signifikansi kurang dari 0,001 (<0,05). Hasil tersebut mengindikasikan adanya dampak positif pada *customer satisfaction*, sehingga H2 dinyatakan diterima.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. 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

Berdasarkan tabel 8, pelaksanaan uji simultan (Uji F) memperoleh nilai F bernilai 98,372 serta signifikansi <0,001 (<0,05). Temuan tersebut membuktikan *system usability* bersama *product quality* secara kolektif memengaruhi *customer satisfaction* sebagai variabel dependen. Dengan demikian, Ho dinyatakan ditolak sedangkan Ha diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. 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

Tabel 9 memperlihatkan nilai R Square (R²) bernilai 0,551. Temuan tersebut menunjukkan kontribusi *system usability* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* mencapai 55,1 persen, sementara 44,9 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh System Usability Terhadap Customer Satisfaction

Hasil penelitian membuktikan *system usability* menyumbang dampak positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien bernilai 0,326 dengan taraf (Sig.) 0,001 ($<0,05$). Temuan tersebut mengindikasikan sistem yang mudah dipahami, efisien digunakan, dan jarang mengalami kendala dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan Bintari *et al.* (2022) yang menjelaskan “*system usability* menjadi salah satu unsur yang berkontribusi terhadap *customer satisfaction*”.

Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

Berdasarkan hasil penelitian, *product quality* terbukti memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Bukti tersebut berasal dari pengujian t yang menghasilkan koefisien bernilai 0,451 disertai signifikansi kurang dari 0,001 ($<0,05$). Bukti penelitian mengungkapkan semakin unggul mutu produk yang diterima pelanggan, semakin besar pula kepuasan yang muncul. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian Saputri & Aprianti (2021) yang menjelaskan “*product quality* termasuk unsur esensial untuk memperkuat *customer satisfaction*”.

Pengaruh System Usability dan Product Quality Terhadap Customer Satisfaction.

Temuan riset membuktikan kombinasi *system usability* dan *product quality* menghasilkan pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Percetakan Gajah Print Semarang. Fakta tersebut terlihat dari nilai uji F bernilai 98,372 disertai taraf (Sig.) lebih kecil dari 0,001 ($<0,05$). Temuan ini mengindikasikan *customer satisfaction* terbentuk melalui kombinasi kemudahan penggunaan sistem pemesanan dan kualitas hasil cetakan yang diterima. Mengacu pada *Expectation Disconfirmation Theory*, pelanggan akan merasakan kepuasan apabila performa pelayanan yang dialami sesuai bahkan melampaui harapan yang dimiliki. Lebih lanjut, koefisien determinasi bernilai 55,1% memperlihatkan *system usability* bersama *product quality* mampu menjelaskan sebagian besar variasi *customer satisfaction*, sedangkan 44,9% sisanya bersumber dari unsur lain yang tidak menjadi objek analisis penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini ditujukan dalam mengevaluasi keterkaitan *system usability* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* di Percetakan Gajah Print Semarang. Hasil kajian memperlihatkan *system usability* berkontribusi secara positif serta signifikan dalam meningkatkan *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 simultan, *system usability* dan *product quality* terbukti berkontribusi signifikan terhadap *customer satisfaction* ($R^2 = 55,1\%$), sedangkan bernilai 44,9% lainnya dijelaskan oleh faktor di luar ruang lingkup penelitian. Temuan tersebut semakin menguatkan tingkat kemudahan penggunaan sistem pokok berperan paling besar dalam membangun kepuasan pelanggan pada 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.
- Hammadi, Akmal Hakam. 2020. "Pengaruh Usability Aplikasi Peduli Lindungi Terhadap Kepuasan Pengguna." *Urnl 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.

- 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.
- 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.
- 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.