

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci

The Influence of Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction at Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci

Aris Ariyanto^{1)*}, Anisah¹⁾ & Umi Narimawati³⁾

¹⁾ Universitas Pamulang, Indonesia

²⁾ Universitas Komputer Indonesia, Indonesia

Diterima: 10 April 2022; Direview: 10 April 2022; Disetujui: 19 Mei 2022

*Corresponding Email: dosen02492@unpam.ac.id,

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Spesial Sambal di Lippo Karawaci Tangerang baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 45,5%. Uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(9,051 > 1,984)$. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 44,7%. Uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(8,902 > 1,984)$. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 10,473 + 0,363X_1 + 0,382X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 54,5% dan uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau $(58,155 > 2,700)$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Kepuasan Konsumen

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction at Waroeng Special Sambal in Lippo Karawaci Tangerang, either partially or simultaneously. The method used is quantitative. The sampling technique used the Slovin formula and the sample in this study was 100 respondents. Data analysis used validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this study are the quality of service has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 45.5%. Hypothesis test obtained t arithmetic $>$ t table or $(9.051 > 1.984)$. Product quality has a significant effect on consumer satisfaction with a coefficient of determination of 44.7%. Hypothesis test obtained t count $>$ t table or $(8,902 > 1,984)$. Service quality and product quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 10,473 + 0.363X_1 + 0.382X_2$. The value of the coefficient of determination is 54.5% and the hypothesis test is obtained by the calculated F value $>$ F table or $(58,155 > 2,700)$.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Consumer Satisfaction

How to Cite: Ariyanto, A., Anisah & Narimawati, U., (2022), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci, Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS) 5(1): 371-381



PENDAHULUAN

Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini ialah bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi trend di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya sehingga makanan yang diperjual belikan pun tersedia dalam berbagai jenis. Karena pangan merupakan kebutuhan manusia yang utama, maka usaha di bidang kuliner pun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia kuliner semakin tinggi. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Waroeng Special Sambal cabang Taman Ubud yang berada di Lippo Karawaci ini merupakan jenis usaha yang pusatnya berada di kota Yogyakarta. Sesuai dengan namanya Waroeng Spesial Sambal memberikan aneka ragam pilihan sambal dan lauk yang tidak dimiliki oleh rumah makan lainnya. Langkah awal Waroeng Spesial Sambal dalam menarik konsumen pecinta masakan pedas adalah dengan slogan "Pedas Abis". Waroeng Spesial Sambal ini terletak di daerah yang cukup banyak pesaing- pesaing yang terlebih dahulu sudah terkenal dan ramai akan konsumen. Disitulah Waroeng Special Sambal yang berada i Lippo Karawaci harus mempunyai cara untuk menghadapi masalah-masalah yang akan muncul.

Kotler Dan Keller Dalam Priansah (2015) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Fandy Tjiptono (2015) "Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya". Apabila produk dan jasa tersebut sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk dan jasa tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa kurang atau tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan hasil evaluasi setelah konsumen melakukan pembelian. Indikator kepuasan konsumen menurut Kotler dalam Suwardi (2017) yaitu: membeli lagi (*Repurchase*), Rekomendasi (*Recommendation*), menciptakan citra merek (*Brand Image*), keputusan pembelian (*decision*).

Di bawah ini adalah jumlah konsumen Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci tahun 2018-2020 sebagai gambaran tingkat kepuasan konsumen.

Tabel 1. Jumlah Konsumen Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci Tahun 2018-2020

No	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Januari	1120	1155	1122
2	Februari	1440	1551	1332
3	Maret	1680	1881	1446
4	April	1920	1760	1667
5	Mei	2160	1980	1773
6	Juni	2235	1660	1886
7	Juli	2499	1140	1860
8	Agustus	2442	1840	1890
9	September	2350	1991	1780
10	Oktober	2579	1940	1550
11	November	2897	1667	1120
12	Desember	2110	1380	1135
Jumlah		25432	19945	18561

Sumber: Waroeng Special Sambal diolah 2021

Dari data tabel 1 menggambarkan bahwa jumlah konsumen dari tahun ke tahun semakin menurun yaitu dari tahun 2018 dengan jumlah konsumen 25.432 dan di tahun 2019 dengan

jumlah konsumen 19.945 sedangkan di tahun 2020 mengalami jumlah penurunan yang sangat drastis dengan jumlah konsumen 18.561.

Konsumen akan merasa puas jika di barengi oleh kualitas pelayanan yang begitu ramah, sopan dan terpuji. Dimana Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2015), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan konsumen. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putro, *et al.* (2014) menunjukkan bahwa pada perusahaan salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan dari perusahaan tersebut.

Aris Ariyanto, dkk (2021) Kualitas layanan adalah seberapa baik tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan yang mampu memenuhi keinginan atau harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2015), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Adapun indikator dari kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Parassuraman & Berry dalam Hardiansyah, (2011:11), *Tangible, Reliability, Responsive, Assurance, Emphaty*.

Pelayanan yang berada di Waroeng Special Sambal merupakan jantung utama di bidang resto karena dalam suatu rumah makan pelayanan adalah aspek penting terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci masih kurang, hal ini terlihat pada tabel 2. berikut:

Tabel 2. Keluhan Konsumen Mengenai Kualitas Pelayanan Via Hotline Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci Tahun 2018-2020

Indikator	Keterangan	Tahun			Jumlah
		2018	2019	2020	
<i>Tangible</i> (berwujud)	Pelayanan Lama	1	0	0	1
	Saff pelayan asik ngobrol dengan suara keras	2	2	2	6
	Pelayan yang kurang tanggap terhadap Coustamer	3	3	1	7
<i>Reliability</i> (kehandalan)	Staff pelayanan salah mengantarkan pesanan	0	2	3	5
	Pelayanan kurang teliti	1	4	2	7
	Konsumen yang baru pesan terlayani lebih dahulu tidak sesuai urutan jam pesanan	0	0	2	2
<i>Responsives</i> (ketanggapan)	Pelayanan tidak gesit sehingga menyebabkan pesanan lama	1	1	1	3
	Pelayantidakmengingatkan konsumen sehingga barang konsumen tertinggal	0	0	5	5
<i>Assurance</i>	Pelayanan waiting list tidak tersusun secara rapi	1	1	0	2
<i>Emphaty</i>	Staff pelayanan tidak ramah	4	1	1	6
Total		13	14	17	44

Sumber: Waroeng Special Sambal diolah 2021

Dari data tabel 2. data keluhan konsumen terkait kualitas pelayanan di Waroeng Special Sambal sangat tidak memuaskan dari karen terdapat komplek via hotline pada tahun 2018 berjumlah 13 konsumen, di tahun 2019 dengan jumlah komplain 14 konsumen dan di tahun 2020 berjumlah 17 komplain konsumen. Melalui data tersebut terdapat komplain tentang pelayanan diantaranya respon pelayan yang lama, pelayan yang kurang gesit dalam hal melayani konsumen dan kurangnya pengetahuan pelayan terkait menu di Waroeng Special Sambal.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Kualitas

produk merupakan fokus utama dalam perusahaan. Kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan. Walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Indikator Kualitas Produk Garvin 2008 dalam Suryati (2015) adalah *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk, *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti, *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk, *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan, *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk, *Perceived Quality* (kesan kualitas) merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan

Produk yang berada di Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci merupakan salah satu produk yang digemari masyarakat dan kalangan tertentu akan pilihan menu sambal yang bervariasi yang terdiri dari 33 sambal. Dari sekelas sambal rumah makan Waroeng Special Sambal tersebut menciptakan banyak sekali sambal bukan hanya sambal tetapi terdapat pula varian lauk, varian sayur dan varian minuman berbagai jenis menu makanan yang unik terdapat di Waroeng Special Sambal. Akan tetapi kualitas produk yang berada di Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci masih kurang bagus, ini dibuktikan dengan beberapa keluhan konsumen dari tahun 2018 sampai dengan 2020.

Tabel 3. Data Keluhan Konsumen Terkait Kualitas Produk Via Hotline Waroeng Special Sambal Lippo Karawaci 2018-2020

Indikator	Keterangan	Tahun			Jumlah
		2018	2019	2020	
<i>Performance</i> (kinerja)	Menu Lauk Ikan Nila Basi	2	0	0	2
<i>Durability</i> (daya tahan),	Menu Nasi sedikit basi dan masih Mentah	0	1	2	3
<i>Conformance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	Menu sayur asem tidak pas dan tidak enak	1	0	1	2
<i>Features</i> (fitur),	Menu lauk gurame tidak menarik bahkan tidak ada garnis	2	1	0	3
<i>Reliability</i> (reliabilitas),	Menu jus manga rasa nya asem	4	0	1	5
<i>Aesthetics</i> (estetika),	Menu sambal cumi bau amis dan rasanya basi sangat tidak menarik	0	0	1	1
<i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas),	Menu iso porsinya sedikit tidak sesuai dengan harga	1	0	0	1
Total		10	2	5	17

Sumber: Waroeng Special Sambal diolah 2021

Dari tabel 3. diatas keluhan konsumen terkait kualitas produk di Waroeng Special Sambal dari tahun ke tahun data tersebut mengalami naik turun, terbukti di tahun 2018 jumlah complain

sebanyak 10 komplain, 2019 komplain menurun menjadi 2 komplain dan di tahun 2020 komplain kembali naik menjadi 5 komplain.

Berdasarkan penelitian Aris Ariyanto (2019), yang berjudul Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada "Cireng Moncrot" CV Good Food – Tangerang, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian Maulidah, Widodo, Zulianto (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember, menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Sedangkan berdasarkan penelitian Maramis, Sepang dan Soegoto (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Air Manado, menunjukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari beberapa penjelasan di atas maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap pada Kepuasan Konsumen Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang menjelaskan hubungan korelasional dengan mendeskripsikan sebuah teori untuk landasan penelitian yang dipadukan dengan hasil survey kuesioner penelitian. Menurut Sugiyono (2016) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini populasinya diperoleh dari jumlah konsumen pada tahun 2020 yang berjumlah 18.561 orang. Menurut Sugiyono (2016) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Sampel dari penelitian ini menggunakan rumus slovin. Mengacu pada rumus slovin tersebut maka proporsional sampling dalam penelitian ini diperoleh $n = 99,51$ dan dibulatkan menjadi 100 responden. Menurut Sugiyono (2016) "sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2016) "Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Data primer dalam penelitian ini adalah data yang di hasilkan berasal langsung dari reponden. Pengumpul data ini dilakukan dengan cara: 1) Observasi, 2) Wawancara, 3) Angket/Kuesioner, 4) Studi Kepustakaan. "Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau dokumen". Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup data jumlah siswa, sejarah perusahaan, dan hal lain yang menunjang materi penulisan.

Analisis data yang digunakan antara lain adalah, Uji Intrusment Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. Sedangkan pengujiannya menggunakan Software SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Uji Validitas.

Uji validitas yaitu menguji pernyataan pada kuesioner yang disebar apakah valid atau tidak. Caranya dengan membandingkan antara **rhitung** dengan **rtabel** dengan tingkat kesalahan (signifikan) 5%. Sedangkan nilai **rtabel** dalam penelitian ini dengan signifikansi 0,05 dan jumlah Sampel $n = 100$ adalah:

$$\text{Degre Of Freedom} = 3 - 1 = 2$$

$$\text{Degre Of Freedom} = 100 - 2 = 98$$

Jadi rtabel adalah $(0,05:100) = 0,197$ (terlampir uji r)

1) Bila nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan valid.

2) Bila nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan tidak valid.

Ukuran validitas tiap butir-butir pernyataan dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. Uji Validitas

Pernyataan	Nilai r tabel	Nilai r hitung			Keterangan
		Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas produk (X ₂)	Kepuasan Konsumen (Y)	
Pernyataan 1	0,197	0.368	0.490	0.326	Valid
Pernyataan 2	0,197	0.363	0.366	0.591	Valid
Pernyataan 3	0,197	0.445	0.436	0.338	Valid
Pernyataan 4	0,197	0.519	0.422	0.529	Valid
Pernyataan 5	0,197	0.690	0.478	0.528	Valid
Pernyataan 6	0,197	0.476	0.422	0.445	Valid
Pernyataan 7	0,197	0.737	0.639	0.608	Valid
Pernyataan 8	0,197	0.762	0.566	0.563	Valid
Pernyataan 9	0,197	0.704	0.512	0.608	Valid
Pernyataan 10	0,197	0.460	0.597	0.343	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Dari hasil uji validitas tersebut maka dapat dijelaskan bahwa keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,197 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variable kualitas pelayanan, promosi, harga dan kepuasan adalah valid.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden konsisten atau stabil, Suatu variabel penelitian dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika *Cronbach Alpha* $>$ 0,600 dikatakan reliabel.
- 2) Jika *Cronbach Alpha* $<$ 0,600 dikatakan tidak reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria	Keputusan
Kualitas pelayanan (X ₁)	0,739	$>$ 0,600	Sangat Tinggi
Kualitas Produk(X ₂)	0,650	$>$ 0,600	Sangat Tinggi
Kepuasan Konsumen (Y)	0,638	$>$ 0,600	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji Normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan membandingkan antara nilai signifikansi dengan 0,050 dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika *significancy* $>$ 0.050, maka data dinyatakan normal.
- 2) Jika *significancy* $<$ 0.050, maka data dinyatakan tidak normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepuasan Konsumen (Y)
Normal Parameters ^{a,b}	N	100
	Mean	38.78
Most Extreme Differences	Std. Deviation	3.569
	Absolute	.085
	Positive	.082
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Deteksi tidak adanya Multikolinieritas yakni dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ($VIF=1/Tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi (Ghozali, 2012:139). Kriteria terbebas multikolinieritas yaitu:

- 1) Mempunyai nilai VIF < 10
- 2) Mempunyai angka *Tolerance* > 0,10

Tabel 7. Hasil Pengujian Multikolinieritas Dengan Collinearity Statistic

Model	Coefficients ^a		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.473	2.656	3.942	.000		
Kualitas Pelayanan (X1)	.363	.079	4.576	.000	.571	1.752
Kualitas Produk (X2)	.382	.087	4.380	.000	.571	1.752

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,571 dan kualitas produk sebesar 0,571 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel kualitas pelayanan sebesar 1,752 dan variabel kualitas produk sebesar 1,752 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians residual*. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji *Glejser* dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Adapun ketentuan terjadi dan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika variabel independen (X) memiliki nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- 2) Jika variabel independent (X) memiliki nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.140	1.541		1.389	.168
	Kualitas Pelayanan (X ₁)	-.066	.046	-.191	-1.439	.153
	Kualitas Produk (X ₂)	.060	.051	.158	1.191	.236

a. Dependent Variable: RES₂

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser test model* pada variabel kualitas pelayanan (X₁) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,153 dan kualitas produk (X₂) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,236 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

Uji Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana pola variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen (predictor).

Tabel 9. Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.473	2.656		3.942	.000
	Kualitas pelayanan (X ₁)	.363	.079	.415	4.576	.000
	Kualitas Produk (X ₂)	.382	.087	.397	4.380	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 10,473 + 0,363X_1 + 0,382X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 10,473 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X₁) dan kualitas produk (X₂) tidak dipertimbangkan maka kepuasan konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 10,473 *point*.
- 2) Nilai kualitas pelayanan (X₁) 0,363 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X₂), maka setiap perubahan 1unit pada variabel kualitas pelayanan (X₁) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,363 *point*.
- 3) Nilai kualitas produk (X₂) 0,382 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X₁), maka setiap perubahan 1unit pada variabel kualitas produk (X₂) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,382 *point*.

Uji Koefisien Determinasi.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan hasilnya dalam bentuk persentase (%).

Tabel 10. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675a	.455	.450	2.647

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X₁)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,455 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 45,5% sedangkan sisanya sebesar $(100-45,5\%) = 54,5\%$ dipengaruhi faktor lain.

Tabel 11. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669a	.447	.441	2.667

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₂)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,447 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 44,7% sedangkan sisanya sebesar $(100-44,7\%) = 55,3\%$ dipengaruhi faktor lain.

Tabel 12. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738a	.545	.536	2.432

Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₂), Kualitas Pelayanan (X₁)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,545 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 54,5% sedangkan sisanya sebesar $(100-54,5\%) = 45,5\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pembuktian hipotesis parsial yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji-t, apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan. Untuk menentukan besarnya nilai t_{tabel} dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t_{\alpha, df} \text{ (Taraf Alpha x Degree of Freedom)}$$

$$\alpha = \text{tarif nyata } 5\%$$

$$df = (n-2), \text{ maka diperoleh } (100-2) = 98, \text{ maka } t_{tabel} = 1,984$$

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p \text{ value} < Sig.0,05$.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.460	2.480		6.637	.000
	Kualitas Pelayanan (X ₁)	.590	.065	.675	9.051	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (9,051 > 1,984) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,050$ atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 14. Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.204	2.774		5.121	.000
	Kualitas Produk (X ₂)	.644	.072	.669	8.902	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (8,902 > 1,984). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,050$ atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian secara keseluruhan digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel. Untuk menentukan nilai F, maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut, dengan rumus sebagai berikut:

Degree of freedom (pembilang) = k-1

Degree of freedom (penyebut) = n-k

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Untuk menentukan besarnya F_{tabel} dicari dengan ketentuan $df = (n-k-1)$, maka diperoleh (100-2-1) = 97, jadi $F_{tabel} = 2,700$. Kriteria dikatakan signifikan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\ value < Sig.0,050$.

Tabel 15. Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	687.665	2	343.832	58.155	.000b
	Residual	573.495	97	5.912		
	Total	1261.160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X₂), Kualitas Pelayanan (X₁)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (58,155 > 2,700), hal ini juga diperkuat dengan $p\ value < Sig.0,050$ atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

SIMPULAN.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 16,460 + 0,590X_1$, nilai korelasi sebesar 0,675 artinya kedua variabel

memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 45,5%. Uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($9,051 > 1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 14,204 + 0,644X_2$ nilai korelasi sebesar 0,669 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 44,7%. Uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,902 > 1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 10,473 + 0,363X_1 + 0,382X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,738 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 54,5% sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($58,155 > 2,700$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A. (2019). Analisis Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada "Cireng Moncrot" Cv Good Food-Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(3): 1-15
- Ariyanto, A. (2020). The Influence of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at PT Sarana Estate. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 217-228.
- Ariyanto, A., Akbar, M. F., & Khoir, A. (2021, January). The Influence of Service Quality and Product Quality toward Purchase Decision of Honda Motorcycle at AHM Bintaro. In *Proceeding The First International Conference on Government Education Management and Tourism* (Vol. 1, No. 1, pp. 13-21).
- Ghozali, (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BadanPenerbit Undip.
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Bina Media.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Jakarta: Erlangga
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3). 1658-1667
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26-29
- Priansah (2015). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Putro, S. W. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Suardi. (2017). *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*. Vol. 11. No. 1. Semarang: Politeknik Negeri Semarang
- Tjiptono, F (2015). *Strategi Pemasaran*. Ed. Empat. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2015). *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi Ke-4. Yogyakarta: Andi

