

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) WIDURI**

**Rapida Nuriana<sup>1)</sup>, Raja Hardiansyah<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang,  
email: rafidanuriana@gmail.com

<sup>2)</sup>Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang,  
email: rajahardiansyah@yahoo.co.id

### ***Abstract***

*This study aims to determine the influence of services quality and product quality to customer satisfactions on the Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri. Type of this research is quantitatives and using multiple regression analysis. The analysis includes : validity and reliability, the classic assumption test, and hypotesis testing by t and f test. This study used 133 respondents as sample of the total population 200 peoples who have bought more than twice in KUBE Widuri. The results of study showed that the service quality and product quality significantly influence both simultaneously to customer satisfactions on the Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri. The service quality is not significantly influence partially to customer satisfactions on the Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri. The product quality is significantly influence partially to customer satisfactions on the Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri.*

*Keywords: service quality, product quality, customer satisfaction*

### ***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis meliputi: validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan uji t dan f. Penelitian ini menggunakan 133 responden sebagai sampel dari total populasi 200 orang yang telah membeli lebih dari dua kali di KUBE Widuri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri. Kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri. Kualitas produk secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri.*

***Kata Kunci:*** *Kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan*

## PENDAHULUAN

Setiap kegiatan industri baik itu industri kecil menengah seperti rumah tangga maupun industri besar seperti perusahaan, tentu tidak akan terlepas dari yang namanya persaingan usaha. Persaingan bukanlah suatu hal yang menakutkan dan harus dihindari. Namun, jika ingin menjadi suatu industri ataupun perusahaan pionir dan memimpin suatu pasar, persaingan usaha harus dihadapi dengan berbagai cara dan strategi yang baik tentunya.

Suatu industri dapat dikalahkan oleh industri lain yang sejenis terlihat dari segi konsumen atau pelanggannya. Karena pelanggan yang puas terhadap suatu industri tentu tidak akan beralih ke industri lainnya. Begitu sebaliknya, pelanggan yang tidak puas terhadap suatu industri akan dengan mudahnya beralih ke industri lain yang sejenis.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan sebagai suatu upaya menghadapi persaingan, perusahaan ataupun pelaku industri harus melakukan cara ataupun strategi tertentu. Beberapa diantaranya melalui pelayanan yang berkualitas seperti harapan dan keinginan pelanggan.

Pelayanan yang baik akan tertanam di benak konsumen dan tentu konsumen tersebut akan menginginkan dilayani kembali dengan kualitas yang sama baiknya seperti pengalamannya yang pertama. Dengan demikian akan menimbulkan suatu kepuasan tersendiri dan secara tidak langsung konsumen tersebut berubah statusnya menjadi pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kualitas dari produk yang ditawarkan perusahaan atau pelaku industri juga merupakan hal terpenting lainnya. Karena produk dengan kualitas baik dan terjamin selalu menjadi keinginan dari setiap konsumen. Dan akan

selalu dikenang oleh konsumen tersebut. Sehingga membuatnya tidak akan beralih kepada produk lain sejenis. Meskipun harganya lebih murah.

Dengan demikian kepuasan konsumen dapat tercapai melalui suatu kualitas produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan ataupun pelaku industri. Kepuasan konsumen akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang untuk selanjutnya. Sampai akhirnya menjadi pelanggan.

Hal serupa juga dapat terjadi pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri sebagai industri kecil menengah ataupun industri rumah tangga. Yang lebih dikenal dengan sebutan *home industry*. Kube Widuri bergerak dalam bidang olahan makanan ringan. Mayoritas produknya adalah kripik. Baik itu kripik singkong, kripik kentang, kripik pisang, dan aneka makanan ringan atau cemilan lainnya.

Kapasitas produksi Kube ini setiap bulannya terdiri atas :

- 110 Kg kripik kentang
- 80 Kg kripik singkong
- 50 Kg kripik pisang
- 15 Kg peyek kacang
- 15 Kg kue akar kelapa

Kube ini berdiri sejak tahun 2000 an dan masih bertahan sampai sekarang. Meskipun telah banyak usaha sejenis yang bermunculan sebagai pesaingnya, ditambah lagi harga bahan baku yang meninggi akibat kelangkaan bahan baku, namun kube ini masih mampu bertahan. Hal ini terlihat dari masih banyaknya konsumen ataupun pelanggan yang datang berjumlah sekitar 8-10 orang setiap harinya untuk membeli produk makanan ringan yang diinginkan.

Tentu saja para konsumen tersebut akan mendapatkan pengalaman atas apa yang telah dibeli dan dikonsumsi. Pengalaman baik atas suatu produk akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Mayoritas konsumen yang berbelanja adalah mereka yang telah merasakan kepuasan pada Kube Widuri ini. Karena telah beberapa kali melakukan pembelian di kube ini.

Kepuasan pelanggan di sini tentu berbeda antar satu pelanggan dengan pelanggan lainnya. Ada pelanggan yang puas mungkin karena pelayanan yang memuaskan, ramah, cepat dan sebagainya. Namun pelanggan lain mungkin merasakan kepuasan atas kualitas produk yang dibelinya. Apakah cita rasa yang sesuai di lidah, ketahanan produk, komposisi produk dan sebagainya.

Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri”**.

### **Kualitas Pelayanan**

Pengertian kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah suatu pemberian pelayanan ataupun jasa kepada seorang konsumen untuk memenuhi harapan si pelanggan secara konsisten (Sangadji & Sopiha, 2013). Kualitas layanan adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam bentuk tidak berwujud (Kotler) dalam (Maria & Anshori, 2013).

Terdapat 5 (lima) dimensi dalam kualitas pelayanan atau kualitas jasa (Sangadji & Sopiha, 2013), yaitu :

1. Keandalan (*reliability*) adalah suatu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya, meliputi kesopanan dan keramahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan atau keinginan

perusahaan untuk memberikan pelayanan secara cepat tanggap kepada konsumen.

3. Jaminan (*assurance*) meliputi kemauan dan kemampuan perusahaan untuk membangkitkan rasa percaya dan keamanan pelanggan tentang produknya.
4. Empati, yaitu meliputi suatu sikap kepedulian dan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
5. Produk fisik (*tangible*) adalah tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan serta sarana dan prasarana dalam berkomunikasi dan lain-lain yang harus tersedia dalam proses penyampaian jasa.

### **Kualitas Produk**

Dalam beberapa waktu terakhir perhatian pada kualitas produk semakin meningkat. Hal ini terjadi karena adanya keluhan konsumen yang semakin lama semakin berpusat pada kualitas produk, baik dari bahan baku maupun proses pekerjaannya. Kualitas produk yang dihasilkan harus sesuai dengan kegunaan dan fungsinya.

Perusahaan di seluruh dunia saat ini menganut konsep manajemen kualitas total (TQM). Yaitu filsafat manajemen yang didasarkan atas ide-ide bahwa perusahaan yang berhasil akan secara menerus meningkatkan kualitas produknya, karena kualitas produk adalah hal yang sesuai dengan keinginan pelanggan (Sangadji & Sopiha, 2013).

Kualitas produk (*product quality*) adalah kegiatan penilaian ataupun evaluasi secara menyeluruh oleh pelanggan atas kinerja barang dan jasa (Sudaryono, 2016). Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya. Tujuh dimensi dasar dari kualitas produk (Sudaryono, 2016) adalah :

1. Kinerja yaitu identifikasi sejauh mana produk atau jasa digunakan dengan benar, jumlah yang ditawarkan, kemampuan pegawai untuk

- menangani masalah dengan baik, serta kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan.
2. Reliabilitas : konsistensi kinerja barang, jasa dan toko sehingga dapat diandalkan oleh pelanggannya.
  3. Daya tahan : rentang kehidupan produk dan kekuatan umum. Atau berapa lama suatu produk mampu bertahan.
  4. Interaksi pegawai : keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat pemberi jasa atau barang, kredibilitas menyeluruh para pegawai, termasuk kepercayaan konsumen kepada pegawai dan persepsi terhadap keahlian pegawai.
  5. Ketepatan waktu dan kenyamanan : kecepatan waktu produk diserahkan atau diperbaiki, kecepatan informasi atau jasa diberikan, kenyamanan pembelian dan proses jasa, termasuk pembayaran, jam kerja toko dan tempat parkir.
  6. Estetika : meliputi penampilan fisik barang ataupun toko yang menjual, daya tarik penyajian, kesenangan atmosfer di mana jasa atau produk diterima, dan termasuk desain produk.
  7. Kesadaran akan merek : dampak positif dan negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang berasal dari merek atau nama toko yang diingat untuk dasar evaluasi konsumen.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah suatu perasaan senang dan kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah konsumen yang merasa puas atas produk / jasa yang dibeli dan digunakannya dan akan kembali menggunakan jasa /produk yang ditawarkan.

Kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai

dengan harapan pembeli. Arti lain kepuasan konsumen adalah suatu harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen dilakukan dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan aktual yang diterimanya.

Dengan demikian, kepuasan konsumen atau pelanggan adalah adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen ataupun pelanggan. Dengan kata lain keseimbangan antara harapan dan aktual. Apabila konsumen merasa puas atas suatu produk yang telah dibeli, maka akan menimbulkan kesetiaan pembeli dan pembeli tersebut akan melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama (Putro, Hatane, & Brahmana, 2014).

Menurut Kotler dalam (Tanuwijaya, 2013) terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam kegiatan yang bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran.
2. *Lost customer analysis* (Analisis kehilangan pelanggan).
3. *Ghost shopping* (Menyamar berbelanja).
4. dan survei mengenai kepuasan pelanggan.

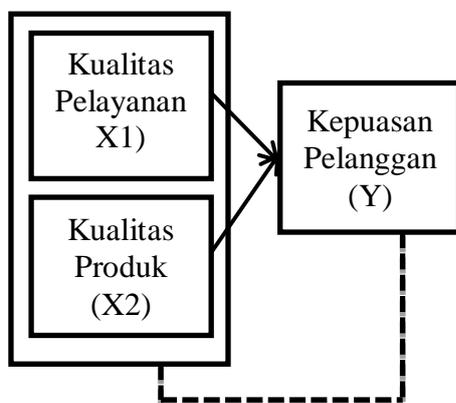
Ada beberapa teori yang membahas kepuasan konsumen, yaitu :

1. Teori perasaan afektif eksperimental yang beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.
2. Teori kepuasan yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen

sebelum pembelian dan setelah pembelian.

- Teori keadilan berpendapat bahwa konsumen akan dapat menganalisis selisih hasil dan masukan mereka terhadap hasil dan masukan dari rekan mereka dalam suatu pertukaran, dan apabila rasionya lebih tinggi, mereka akan menerima ketidakadilan.
- Teori atribusi, yaitu cara untuk mengidentifikasi penyebab kegagalan suatu produk disertai dengan tindakan. Misalnya bila produk gagal (kinerja di bawah harapan) konsumen akan menentukan penyebab kegagalan tersebut. Jika kegagalan pada produk atau jasa itu, konsumen merasa tidak puas.
- Kinerja produk aktual mempengaruhi kepuasan konsumen secara bebas dari harapan, kelayakan dan atribusi.
- Afeksi dan CS/D yaitu selain pengetahuan kognitif bahwa harapan atau ekspektasi akan dikonfirmasi atau tidak dengan perasaan yang mengelilingi proses setelah kuisisi ternyata juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen akan suatu produk.

#### Kerangka Pemikiran



Sumber : Penelitian terdahulu (2019) yang dimodifikasi

Keterangan :

- Menunjukkan hubungan antar variabel secara parsial
- - - - Menunjukkan hubungan antar variabel secara simultan

#### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada KUBE Widuri.

H2 : Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada KUBE Widuri.

H3 : Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada KUBE Widuri.

#### METODE PENELITIAN

##### Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang didasarkan atas data yang dapat dihitung dan diolah untuk menghasilkan suatu kesimpulan akhir (Sangadji & Sopiah, 2013). Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah KUBE Widuri.

Adapun lokasi penelitian yang juga merupakan lokasi dimana objek penelitian berada yaitu di jalan Kp. Kolam Renang, Kelurahan Kijang Kota.

##### Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data yang berupa :

- Data Primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari para responden melalui kuisisioner.
- Data sekunder yaitu data yang secara tidak langsung diperoleh, ataupun data yang telah ada sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa jumlah pembeli atau pelanggan dan jumlah produksi KUBE Widuri. Dalam penelitian ini data sekunder peneliti peroleh melalui jurnal, buku-buku, dan literatur yang ada kaitannya dengan

penelitian ini.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah subjek penelitian secara keseluruhan. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pembeli pada KUBE Widuri, yaitu sekitar 200 orang setiap bulannya.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang dipilih untuk diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012).

Salah satunya yaitu *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang sesuai sebagai sumber data.

Untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut :  $n = N / 1 + Ne^2$

Dimana :

$n$  = jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan

Dengan menggunakan nilai  $e = 5\%$  dan jumlah populasi 200, maka besarnya sampel yang digunakan adalah berjumlah 133 orang.

### Uji Kualitas Data

#### Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji apakah variabel independen yang lebih dari satu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Serta untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel tersebut, dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Kualitas Produk

$B_0$  = Konstanta

$e$  = eror

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji f

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Penarikan kesimpulan dengan taraf signifikan 5% adalah : Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya masing-masing variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Berarti masing-masing variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

#### 2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan antara hubungan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ . Apakah setiap variabel  $X$  tersebut berpengaruh secara parsial terhadap variabel  $Y$ . Penyusunan hipotesis yang diuji berupa hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ). Dengan kriteria keputusannya sebagai berikut jika menggunakan signifikan 5% :

Jika  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berarti masing-masing variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat/independen. Dan begitu juga sebaliknya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	r hitung	r tabel	Status
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )			
1	0,226	0,172	Valid

2	0,200	0,172	Valid
3	0,379	0,172	Valid
4	0,236	0,172	Valid
5	0,217	0,172	Valid
Kualitas Produk (X2)			
6	0,175	0,172	Valid
7	0,239	0,172	Valid
8	0,268	0,172	Valid
9	0,319	0,172	Valid
10	0,223	0,172	Valid
11	0,205	0,172	Valid
12	0,286	0,172	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
13	0,244	0,172	Valid
14	0,380	0,172	Valid
15	0,289	0,172	Valid
16	0,410	0,172	Valid
17	0,465	0,172	Valid

Sumber : Olahan data 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid karena memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu 0,172.

Tabel 2. Hasil Reliabilitas

No.	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan (X1)		
1	0,681	Reliabel
2	0,684	Reliabel
3	0,662	Reliabel
2	0,681	Reliabel
5	0,682	Reliabel
Kualitas Produk (X2)		
6	0,686	Reliabel
7	0,680	Reliabel

8	0,676	Reliabel
9	0,670	Reliabel
10	0,682	Reliabel
11	0,684	Reliabel
12	0,674	Reliabel
Kualitas Produk (X2)		
13	0,679	Reliabel
14	0,663	Reliabel
15	0,674	Reliabel
16	0,660	Reliabel
17	0,656	Reliabel

Sumber : Olahan data 2019

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dari masing-masing variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan pelanggan (Y), memiliki nilai cronbach alpha yang lebih besar dari pada 0,60.

Ini berarti seluruh item pertanyaan adalah reliabel sehingga dapat memperoleh jawaban yang dapat diandalkan dalam penelitian ini.

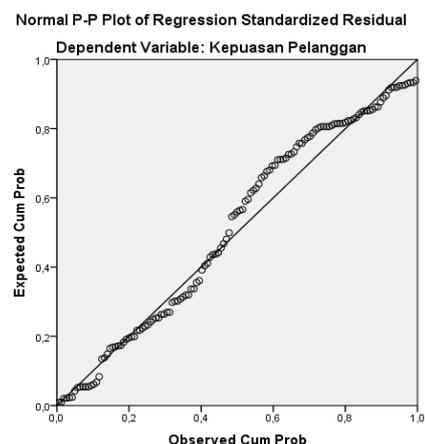
### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Untuk melihat apakah data menyebar secara normal dapat dilihat melalui gambar berikut ini :

Gambar 1.

#### Hasil uji normalitas



Sumber : Data diolah, 2019

Gambar 1 di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dengan demikian maka distribusi regresinya adalah normal.

**Uji Multikolineritas**

Tabel 3

Hasil Uji Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas pelayanan	0,880	1,136
Kualitas Produk	0,880	1,136

Sumber : Olahan Data, 2019

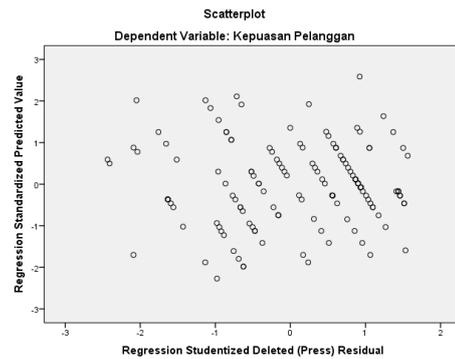
Dari tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk adalah 1,136 atau kurang dari 10, dengan nilai tolerance lebih dari 0,1. Sehingga multikolineritas tidak terpenuhi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Untuk melihat apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dalam penelitian ini dapat terlihat pada gambar berikut :

Gambar 2

Hasil uji heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan, 2019

Dari gambar 2 diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola secara acak yang tidak jelas tanpa membuat suatu pola tertentu. Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi suatu masalah pada heteroskedastisitas terhadap model regresi (Priyatno, 2011).

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi (Priyatno, 2011).

Untuk menganalisis regresi linear berganda pada hasil penelitian ini dapat dilihat melalui tabel regresi berganda berikut :

Tabel 4

Hasil Regresi berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	10,373	2,516
Kualitas	0,073	0,098

Pelayanan		
Kualitas Produk	0,298	0,089
a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan		

Sumber : Data olahan 2019

Dari tabel 4 tersebut di atas dapat diketahui hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 10,373 + 0,073 X_1 + 0,298 X_2 + e$$

Penjelasannya dari persamaan diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 10,373 menunjukkan variabel lain selain kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,073. Ini berarti apabila kualitas pelayanan bertambah satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah pula sebesar 0,073 satuan dengan anggapan variabel independen yang lain bernilai tetap/konstan.
3. Variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,298. Ini berarti jika kualitas produk bertambah satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah pula sebesar 0,298 satuan dengan anggapan bahwa variabel independen lainnya bernilai tetap/konstan.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji F

Tabel 5

Ringkasan Uji F

Model	Sum of Squares	Df	F	Sig.
-------	----------------	----	---	------

Regres sion	80,399	2	7,751	,001 <sup>b</sup>
Residu al	674,232	130		
Total	754,632	132		

Sumber : Olahan data 2019

Tabel 5 menunjukkan angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dengan F tabel sebesar 7,751. Nilai F hitung  $> F$  tabel yaitu  $8,141 > 7,751$ . Ini berarti keseluruhan variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama/simultan terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

#### Uji t

Tabel 6

Ringkasan hasil Uji T

Model	T	Sig.
1 (Constant)	4,123	,000
Kualitas Pelayanan	0,748	,456
Kualitas Produk	3,368	,001

Sumber : Data olahan 2019

Dari tabel 6 diketahui bahwa : variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar  $0,748 < 1,978$  (t tabel) dengan nilai signifikannya  $0,456 > 0,05$ . Ini berarti  $H_0$  diterima dan artinya kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada KUBE Widuri. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan diukur dengan kehandalan, daya tanggap, empati, bentuk fisik serta jaminan pengelola KUBE Widuri dalam melayani konsumen sebagai pelanggannya.

Kehandalan pegawai KUBE dalam melayani pelanggan dengan ramah, sopan dan tepat waktu menjadi daya tarik bagi konsumen dan mempengaruhi kepuasan konsumen yang telah menjadi pelanggannya. Begitu juga sikap empati yang diberikan oleh pegawai KUBE dalam menangani setiap keluhan pelanggan.

Kecepatan daya tanggap pegawai KUBE dalam melayani pesanan pelanggan dengan jaminan waktu dan biaya yang pasti dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbelanja di KUBE Widuri. Hal lain yang tak kalah penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah bentuk fisik KUBE Widuri yang bersih, rapi serta dilengkapi fasilitas yang memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Hal-hal seperti di atas dapat terjadi karena setiap pelanggan ingin dilayani dengan baik, keramahan, sopan, tepat waktu, jelas, tidak bertele-tele, mengerti keinginan pelanggan, menerima keluhan pelanggan, serta berbelanja di tempat yang baik, bersih, nyaman dan fasilitas memadai. Jika hal tersebut telah dirasakan oleh pelanggan, tentu saja kepuasan pelanggan akan tercapai.

Namun begitu sebaliknya, kepuasan pelanggan tidak akan tercapai jika harapan pelanggan seperti yang telah disebutkan di atas dapat terpenuhi melalui kinerja pada KUBE Widuri.

Untuk variabel kualitas produk (X2) memiliki t hitung sebesar 3,368 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,987 ( $3,368 > 1,987$ ) dengan signifikan  $0,01 < 0,05$ . Sehingga hipotesis yang diajukan (H1)

diterima Artinya kualitas produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dalam penelitian ini kualitas produk diukur melalui keamanan produk karena terdaftar di Dinas Kesehatan dan BPOM, kualitas rasa yang terjaga dan tidak berubah, proses penjelasan mengenai produk, proses pengiriman produk yang sesuai permintaan pelanggan, kemasan dan logo produk yang menarik, merek produk mudah diingat serta kesesuaian produk dengan merek dan logo.

Hasil penelitian ini pelanggan telah menilai dan merasakan kinerja produk pada KUBE Widuri telah sesuai harapan pelanggan. Sehingga pelanggan puas atas kualitas produk pada KUBE Widuri.

## KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial (uji t) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri.
2. Secara parsial (uji t) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri.
3. Secara simultan (uji f) kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Widuri.

## SARAN

- Dari hasil penelitian ini penulis mengemukakan beberapa saran kepada Pihak KUBE Widuri guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta menambah pelanggan, antara lain sebagai berikut :
- Pengelola KUBE Widuri hendaknya memperbaiki kinerja para karyawan ataupun pegawai

yang terlibat agar lebih ramah dan lebih peduli dalam melayani kebutuhan dan permintaan pelanggan.

- Pengelola KUBE Widuri hendaknya lebih mengutamakan ketepatan waktu dalam memenuhi pesanan maupun kebutuhan pelanggan.
- Pengelola KUBE Widuri hendaknya lebih menjaga kebersihan serta kerapian tempat dan ruangan yang digunakan sebagai outlet penjualan produk KUBE Widuri.
- Pengelola KUBE Widuri hendaknya dapat menambah fasilitas yang memudahkan pelanggan dalam berbelanja produk makanan ringan dan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan praktis*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tanuwijaya, M. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy*. Jurnal NeO-Bis, Volume 7, No.1.

## DAFTAR PUSTAKA

- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku SPSS. Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Putro, S. W., Hatane, S., & Brahmana, R. K. (2014). *Pengaruh Kualitas layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 2, No.1, 1-9.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol.3, No.1.