

## Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Istiqomah Mart Kabupaten Tangerang

Reza Khairul Hadi, Asep Sulaeman, Komarudin

Universitas Pamulang, Banten

Correspondence. dosen02643@unpam.ac.id

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen istiqomah mart kabupaten tangerang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus roa purba dan diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 43,1% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (3,328>1,985). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 43,1% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (3,328>1,985). Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 3.185 + 0,248X_1 + 0,529X_2$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 43,1% sedangkan sisanya sebesar 56,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (35,163>2,700).

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction istiqomah mart kabupaten tangerang. The method used is quantitative. The sampling technique used the ancient roa formula and obtained a sample of 96 respondents. Data analysis used validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this study are product quality has a significant effect on consumer satisfaction with a determination coefficient value of 43.1% and hypothesis testing obtained t count > t table or (3.328 > 1.985). Service quality has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination of 43.1% and the hypothesis test is obtained t count > t table or (3.328 > 1.985). Product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation  $Y = 3.185 + 0.248X_1 + 0.529X_2$ . The coefficient of determination is 43.1% while the remaining 56.9% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained F count > F table or (35.163 > 2.700).*

**Keywords :** Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Saat ini persaingan bisnis ritel di Indonesia sangat ketat, terbukti dengan menjamurnya ritel-ritel yang tersebar luas di seluruh pelosok Indonesia baik yang bersifat lokal, nasional maupun Internasional. Hampir disetiap wilayah Indonesia kita dapat dengan mudah menemukan ritel-ritel yang berada disekitar kita baik itu retail tradisional maupun ritel modern. Indonesia sebagai salah satu Negara yang mempunyai tingkat konsumsi akan barang-barang ritel yang tinggi pula maka tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan ritel baik yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri berlomba-lomba untuk melakukan investasi di sektor ini.

Keadaan ini menunjukkan bahwa sifat manusia cenderung konsumtif, yang berarti bahwa pelanggan selalu mengkonsumsi produk atau jasa dalam keseharian. Menurut Umami dkk (2019:251) kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya.

Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan.

Perilaku ini timbul untuk pemenuhan kebutuhan yang beragam dan juga untuk mengikuti kecenderungan yang sedang berkembang di pasar. Dalam fenomena ini tentunya menjadi ancaman bagi para toko ritel modern lainnya yang tidak bisa berinovasi lebih, baik dalam produk mereka maupun dalam program yang mereka tampilkan untuk menarik calon pembeli. Karena dengan banyaknya toko ritel yang lebih inovatif dalam penjualan produknya, maka dapat lebih menarik minat konsumen dalam berbelanja.

Dapuruma merupakan suatu freshmarket yang menjadi unit usaha Masjid Al-Istiqomah perum pondok sukabumi permai rajeg kab tangerang. Yang menjual berbagai macam sayuran dan buah organik serta menjual frozen food dari mulai daging, seafood, dan lain-lain. Kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen, hal ini dilihat dari kelayakan produk, masa berlaku suatu produk, serta keamanan dan kehalalan produk. Namun produk makanan seperti buah dan sayur memiliki keuntungan tersendiri sesuai dengan selera konsumen, dan untuk konsumsi sebagai pemenuhan gizi sehingga dapat dijadikan langganan dalam membeli.

Dengan demikian kualitas produk menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga mutu atau kualitas produknya adalah penerapan SOP untuk semua tahapan proses produksi. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi mutu produk yang dihasilkan sehingga sesuai dengan kebutuhan pasar. Namun dari hasil pengumpulan data empiris masih ada ditemukan hal-hal yang terkait dengan standar produk yang tidak dilakukan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Peningkatan terhadap pelayanan yang ditawarkan semakin mendapat perhatian terhadap perusahaan. Kotler (2019:83) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai suatu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Kualitas merupakan elemen dominan dalam evaluasi yang dilakukan konsumen. Namun pada akhirnya banyak sekali ditemukan konsumen yang masih mengeluhkan mengenai pelayanan yang di berikan Dapuruma kepada konsumen.

Misalnya complain konsumen yang di akibatkan oleh produk yang rusak atau bermasalah, ataupun mengenai sikap kurang ramah tamahnya beberapa karyawan Dapuruma. Keluhan-keluhan pelanggan tersebut harus bisa di perbaiki oleh perusahaan, sebab jika tidak segera di perbaiki maka pelanggan yang kecewa terhadap pelayanan yang kurang baik, akan membuat pelanggan tidak akan datang lagi untuk membeli, dengan adanya perbaikan produk dan pelayanan yang menyesuaikan kepuasan konsumen akan membuat pelanggan menjadi lebih loyal ketika berbelanja di Dapuruma.

Dapuruma merupakan salah satu perusahaan yang senantiasa menjaga kepuasan konsumen. Perusahaan ini menghasilkan produk buah dan sayur organik yang mengandung gizi dan protein yang baik dan layak untuk dikonsumsi sehingga volume penjualan dapat meningkat. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:132) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan.

Perasaan tersebut timbul karena konsumen membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Oleh sebab itu kepuasan memang subjektif. Tidak tercapainya realiasi penjualan ini disebabkan karena pelayanan dan harga yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para konsumen sehingga konsumen lebih memilih berbelanja di minimarket lain yang memiliki pelayanan dan harga yang terjangkau, selain itu kesediaan harapan konsumen akan pelayanan dan harga yang tidak sesuai juga menjadi faktor menurunnya minat berkunjung kembali, hal ini di buktikan dengan data transaksi konsumen yang mengalami penurunan selama 4 tahun terakhir. Kualitas produk memiliki peranan penting dalam mempertahankan konsumen yang dimiliki perusahaan tersebut. Bahkan hal ini juga dapat memberi keuntungan tersendiri bagi perusahaan, yang mana besar kemungkinan bagi perusahaan tersebut untuk mendapatkan pelanggan baru. Karena

pelanggan yang puas atas produk atau jasa yang mereka rasakan cenderung akan menceritakan pengalaman mereka kembali atas produk dan jasa yang mereka rasakan, kepada rekan ataupun keluarganya. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Riset konsumen untuk mengungkapkan reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Al-Istiqomah Mart perum pondok sukabumi permai rajeg kab tangerang”.

## METODE

1. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif
2. jumlah sampel yaitu sebanyak 2746 konsumen
3. Pengumpulan data dilakukan secara langsung, melalui sebaran kuesioner.
4. Skala instrumen penelitian adalah likert.
5. Metode penelitian adalah asosiatif.
6. Tempat penelitian dilaksanakan penelitian Penelitian ini dilaksanakan di Al-Istiqomah Mart

## HASIL

### Pengujian Validitas Data Penelitian

“Uji validitas digunakan untuk menguji pertanyaan ataupun pernyataan pada kuesioner yang disebar valid atau tidak valid. Perhitungannya dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel dengan tingkat signifikan (kesalahan) 0,10% atau (10%), Bila nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel) maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid, Untuk menentukan data yang diperoleh dari hasil penelitian dapat digunakan atau tidak maka penulis menggunakan uji validitas. Berdasarkan keterangan hasil Uji data, menunjukkan semua butir pernyataan dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi (Pearson correlation) lebih besar dari 0.168”.

### Uji Reliabilitas

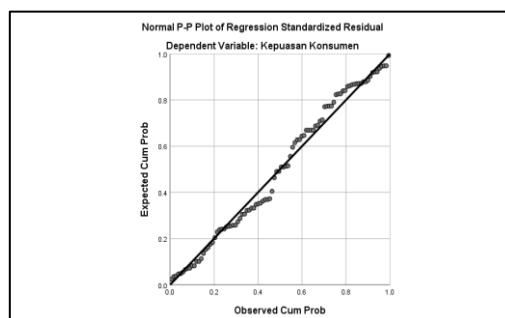
Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.889	0.600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.797	0.600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.829	0.600	Reliabel

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,600

### Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal, mengindikasi model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

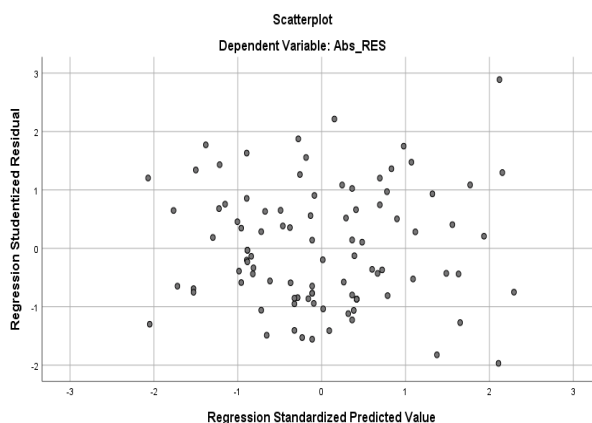
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.185	4.595		-.693	.490		
Kualitas Produk	.248	.075	.321	3.328	.001	.658	1.520
Kualitas Pelayanan	.529	.123	.414	4.296	.000	.658	1.520

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023

Diperoleh nilai tolerance variabel kualitas produk sebesar 0,658 dan kualitas pelayanan sebesar 0,658 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel kualitas produk sebesar 1,520 dan kualitas pelayanan sebesar 1,520 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas..

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Pengolahan Data spss 26 2023

Berdasarkan gambar diatas memperlihatkan bahwa penyebaran titik-titik data diatas tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

### Pembahasan

**Tabel 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.185	4.595		.693	.490
Kualitas Produk	.248	.075	.321	3.328	.001
Kualitas Pelayanan	.529	.123	.414	4.296	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh persamaan regresi  $Y = 3.185 + 0,248X_1 + 0,529X_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3.185 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tidak dipertimbangkan maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) hanya akan bernilai sebesar 3.185 point.
2. Nilai kualitas produk ( $X_1$ ) 0,248 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,248 point.
3. Nilai kualitas pelayanan ( $X_2$ ) 0,529 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,529 point

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi  $r^2$**   
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 <sup>a</sup>	.431	.418	4.283

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,431 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 43,1% sedangkan sisanya sebesar  $(100-43,1\%) = 56,9\%$  dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

**Tabel 4 Hasil Uji f**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1290.022	2	645.011	35.163	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1705.936	93	18.343		
	Total	2995.958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023

Dapat dilihat dari tabel 4.20 diatas nilai signifikansi untuk pengaruh  $X_1$  (variasi produk) dan  $X_2$  (kualitas pelayanan) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung  $35,163 > 2,700$  Ftabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima Yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi, & Sari, R. (2022). Pengaruh Kompensasi, Budaya Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang. *KABUPATEN TANGERANG. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 123–132.
- Darmadi, & Setiawan, R. (2020). Analisis Implementasi Global Vision Melalui Straregi Pemasaran Perusahaan Roti Maulana Bakery Yang Berimplikasi Pada Daya Saing. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 316–325.
- Darmadi, D. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Indomaret Cabang Kelapa Dua Gading Serpong Kabupaten Tangerang. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 3(3), 240–247. <https://doi.org/10.32493/frkm.v3i3.5140>
- Darmadi, Suryani, N. L., & Sari, R. (2021). *PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI DIVISILIKUID PADA PT.EAGLE INDO PHARMA-*
- Hasibuan, Malayu. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Mangkunegara, A.(2017). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.

**Reza Khairul Hadi et al.,** *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Istiqomah Mart Kabupaten Tangerang*

Kotler. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, & Amstrong. (2017). *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

Umami, D. I. (2019). *Psikologi remaja*. Yogyakarta: Idea Press