

## **Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pertumbuhan Usaha dimoderasi oleh Kepuasan Pelanggan**

**Ari Soetiyani, Adeliya Indir Maida**

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

\*Correspondence email: arisoetiyani@gmail.com, indirmaidaa@gmail.com

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan terhadap pertumbuhan usaha pada konsumen Ikan Lele Kebalen, Bekasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 78 responden yang berpartisipasi mengisi pertanyaan dalam bentuk Kuesioner. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan juga menggunakan aplikasi SmartPLS untuk menghitung validitas dan hipotesis. Dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat berpengaruh signifikan dan hipotesis diterima. Sedangkan kualitas produk berpengaruh tidak signifikan dan hipotesis tidak diterima. Maka diharapkan pemilik usaha Ikan Lele Kebalen, Bekasi bisa menjaga kualitas produknya lebih baik lagi agar meningkatkan pertumbuhan usahanya.

**Kata kunci:** Pelayanan; Kualitas produk; Pertumbuhan usaha; Kepuasan pelanggan.

**Abstract.** This study aims to determine the effect of service quality, product quality, customer satisfaction on business growth for consumers of Kebalen Catfish, Bekasi. The population in this study was 78 respondents who participated in filling out questions in the form of a questionnaire. This research method uses a quantitative approach and also uses the SmartPLS application to calculate validity and hypotheses. From the results of this study that the quality of service and customer satisfaction can have a significant effect and the hypothesis is accepted. Meanwhile, product quality has no significant effect and the hypothesis is not accepted. So it is hoped that the owner of the Kebalen Catfish business in Bekasi can maintain better product quality in order to increase business growth.

**Keywords:** Service; Product quality; Business growth; Customer satisfaction

### **PENDAHULUAN**

Wirausaha adalah suatu hal dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat dan mengurangi pengangguran di Indonesia. Usaha yang terlihat tumbuh berkembang adalah usaha yang memiliki kualitas pelayanan dan produk yang terbaik yang disajikan untuk para konsumen atau pelanggan. Hal tersebut mempengaruhi adanya kepuasan dihati para pelanggan, sehingga pelanggan akan datang kembali ke tempat usaha kita untuk membeli sesuai kebutuhannya. Pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan setia bagi para pengusaha. Imansyah & Irawan (2018) Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapatkan tempat yang baik dimata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya. Sehingga pelanggan menjadikan kualitas produk sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian mereka (Cesariana et al., 2022).

Kualitas pelayanan yang didefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Putri et al., 2021). Penelitian Mekel et al., (2022) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan. Adapun konsumen merasa kurang nyaman dengan produk yang dipasarkan, berbagai produk yang tidak layak dikonsumsi sampai produk yang kurang baik dalam pengemasan. Menurut Isa et al., (2019) ketidaknyamanan pelanggan ini harus segera diatasi dan diperbaiki, karena jika dibiarkan maka akan merusak citra pelayanan yang diberikan perusahaan yang pada akhirnya pelanggan dikhawatirkan akan pindah ke perusahaan pesaing. Kepuasan pelanggan juga menjadikan faktor penting dalam hal mengetahui baik buruknya kualitas pelayanan dan juga kualitas produk agar dapat menjaga pertumbuhan usaha dalam situasi persaingan antar usaha milik pengusaha lain. Penelitian ini disalah satu tempat usaha dagang ikan lele di daerah Bekasi. Olahan ikan lele juga sangat bervariasi di masyarakat dan menjadi salah satu lauk favorit masyarakat karena kemudahan untuk mendapatkannya dan harga yang terjangkau (Amar et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelayanan dan kualitas produk dapat dijadikan sebagai kepuasan bagi pelanggannya, sehingga mempengaruhi setiap pertumbuhan bagi usaha pedagang ikan lele.

### *Landasan Teori*

He et al., (2022) dalam studi teori kesenjangan, berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan pelanggan dari harapan awal mereka dengan persepsi tentang yang diterima. Mereka mengusulkan bahwa harapan adalah terkait dengan kebutuhan dan pengalaman pelanggan serta pujian publik, sementara layanan yang dirasakan lebih dipengaruhi oleh penyedia. Kualitas layanan adalah penilaian dari evaluasi keseluruhan wisatawan tentang kinerja penyedia layanan atau sekelompok penyedia, pada titik tertentu. Kualitas pelayanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang dibelikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan (Kasinem, 2020). Apabila jasa atau layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk (Simamora et al., 2022).

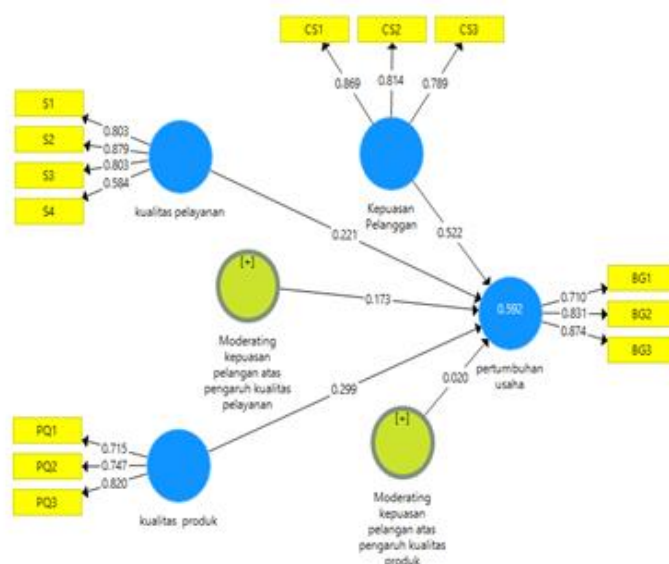
Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Maramis et al., 2018). Selanjutnya kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan (Maramis et al., 2018). Pertumbuhan merupakan suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Dengan kata lain, *growth* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk tumbuh dan dapat dilihat dari berkembangnya perusahaan. (Santoso & Junaeni, 2022). Pelanggan ahli memiliki keahlian domain dan lebih sadar akan pilihan. Sebaliknya, pelanggan pemula kurang memiliki pengetahuan seperti itu, mengenai kesulitan menggunakan informasi dan kurang mengandalkan informasi (Yokoyama et al., 2022). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kualitas produk yang dipikirkan terhadap kualitas produk yang diharapkan. Jika kualitas produk lebih rendah dari pada harapan, pelanggan akan kecewa; jika ternyata sesuai harapan, pelanggan akan puas; jika melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (Kristianto & Wahyudi, 2019).

### **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam proses penelitian adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrument, analisis data bersifat statistik. Tempat penelitian yang dilaksanakan penulis yaitu usaha dagang ikan lele yang berada di Kebalen, Bekasi. Penelitian ini telah dilaksanakan perkiraan selama 6 bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dan masyarakat sekitar yang pernah membeli ikan lele di toko lele fresh. Penentuan besarnya ukuran sampel disarankan antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50. Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah variable manifest (indikator) dari keseluruhan variable laten. Pada penelitian ini terdiri dari 13 pertanyaan, maka diperlukan miniman 5x13 atau sebesar 65 responden.

### **HASIL**

Persebaran kuesioner dalam penelitian ini, terdapat 78 responden yang telah berpartisipasi. Pada jenis kelamin perempuan sebanyak 74,4% atau 58 responden. Sedangkan laki-laki sebanyak 25,6% atau 20 responden. Maka dari itu, jenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki. Pada kolom usia terdiri dari 4 urutan, yang pertama di usia 18 – 23 tahun dengan jumlah responden yaitu 12 orang. Pada usia 24 – 29 tahun terdapat 14 orang. Pada usia 30 – 35 tahun terdapat 58 orang. Pada usia 35 keatas yaitu 4 orang. Status responden terdiri dari pelajar/mahasiswa sebanyak 12 orang. Karyawan sebesar 16 orang. Ibu Rumah Tangga sebanyak 48 orang dan belum bekerja sebanyak 2 orang.



Sumber: data olahan

**Gambar 1**  
Model estimasi menggunakan model PLS

**Tabel 1**  
Uji Validitas Kovergen

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Validitas Konvergen
Kualitas Pelayanan	0,513	Valid
Kualitas Produk	0,567	Valid
Pertumbuhan Usaha	0,534	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,715	Valid

Sumber: data olahan

Tabel 1 menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid karena  $AVE = 0,513 > 0,5$ . Variabel kualitas produk dinyatakan valid karena  $AVE = 0,567 > 0,5$ . Variabel pertumbuhan usaha dinyatakan valid karena  $AVE = 0,534 > 0,5$ . Variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena  $AVE = 0,715 > 0,5$ .

**Tabel 2**  
Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Pelayanan -> Pertumbuhan Usaha	0,412	0,427	0,182	2,263	0,024
Kualitas Produk -> Pertumbuhan Usaha	0,185	0,216	0,171	1,079	0,281
Kepuasan Pelanggan -> Pertumbuhan Usaha	0,31	0,302	0,148	2,091	0,037

Sumber: data olahan

Tabel 2 mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap pertumbuhan usaha; t-statistik sebesar 2,263 yang artinya t-statistik  $> 1,96$  maka dinyatakan signifikan dan p-values sebesar 0,024 dapat diartikan  $< 0,05$  maka dinyatakan positif. Jadi, variabel kualitas pelayanan terhadap pertumbuhan usaha yaitu diterima karena hasil menunjukkan signifikan dan positif. Variabel kualitas produk terhadap pertumbuhan usaha, dari hasil yang didapat bahwa t-statistik sebesar 1,079 yang diartikan  $< 1,96$  maka dinyatakan tidak signifikan. P-values sebesar 0,281 diartikan  $> 0,05$  maka dinyatakan negatif. Jadi, variabel kualitas produk terhadap pertumbuhan usaha yaitu ditolak karena tidak signifikan dan negatif. Variabel variabel kepuasan pelanggan terhadap pertumbuhan usaha; t-statistik menunjukkan 2,091 yang diartikan  $> 1,96$  sebagai signifikan dan P-values menunjukkan 0,037 yang diartikan  $< 0,05$  sebagai hasil yang positif. Maka variabel kepuasan pelanggan terhadap pertumbuhan usaha yaitu diterima karena signifikan dan positif.

**SIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pada usaha ikan lele Kebalen, Bekasi dan hal ini terbukti bahwa pada usaha tersebut memiliki

kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan negatif terhadap pertumbuhan pada usaha ikan lele Kebalen, Bekasi. Maka hal ini tingkat kualitas produk menurun bagi pertumbuhan usaha. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif. maka hal ini dinyatakan pemilik usaha dapat memuaskan para pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. I., Martana, B., Rizal, R., & Hidayati, A. N. 2022. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Masyarakat Tentang Pengolahan Hasil Budidaya Ikan Lele Melalui Diversifikasi Pada Olahan Ikan Lele. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1340–1348. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7204>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- He, X., Cheng, J., Swanson, S. R., Su, L., & Hu, D. 2022. The effect of destination employee service quality on tourist environmentally responsible behavior: A moderated mediation model incorporating environmental commitment, destination social responsibility and motive attributions. *Tourism Management*, 90, 104470. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104470>
- Imansyah, I., & Irawan, H. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3). <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.236>
- Isa, M., Lubis, H. A., & Chaniago, M. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 164–181. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.90>
- Kasinem, K. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. 2019. Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- 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). <https://doi.org/10.35794/emba.6.3.2018.20411>
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. A. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Transportasi Gojek Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1285–1294. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39380>
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Matahari Department Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.33202>
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597–1609. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.795>
- Simamora, F. N., Kaharuddin, K., & Ambarita, R. 2022. Pengaruh Pelayanan Vendor Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. PLN Pembangkitan Sumatera Bagian Utara Sektor Pembangkitan Pandan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2084–2096. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.789>
- Yokoyama, N., Azuma, N., & Kim, W. 2022. Moderating effect of customer's retail format perception on customer satisfaction formation: An empirical study of mini-supermarkets in an urban retail market setting. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 102935. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102935>