

The Influence Quality Of Goods And Service Quality On Consumer Satisfaction Of Ano Abadi Meubel Cikatomas

Pengaruh Kualitas Barang Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas

Isep Yoansyah¹⁾; Arga Sutrisna²⁾; Depy Muhamad Pauzy²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: ¹⁾yoansyahisep@gmail.com; ²⁾argasutrisna@unper.ac.id; ²⁾depymuhamad@unper.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [2 Agustus 2022]

Revised [17 Agustus 2022]

Accepted [2 September 2022]

KEYWORDS

Community Satisfaction
Index, Land and Building
Tax

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas barang dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas survei pada konsumen Ano Abadi Meubel Ckatomas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan kualitas barang dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial kualitas barang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the quality of goods and service quality simultaneously or partially on consumer satisfaction of Ano Abadi Meubel Cikatomas. Survey of Ano Abadi Meubel consumers in Cikatomas. The research method used is descriptive and verification method. The sample in this study amounted to 100 respondents. Data collection was carried out using a questionnaire. The data analysis used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that quality of goods and service quality simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. Partially, quality of goods has no significant effect on consumer satisfaction. Partially, the service quality has a significant effect on consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan bisnis di Indonesia saat ini, pemasaran juga ikut serta tumbuh dan berkembang untuk beradaptasi terhadap perubahan tersebut. Kondisi persaingan perdagangan yang semakin hari semakin meningkat menuntut pemilik suatu perusahaan untuk mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bertahan dan bersaing dengan para pesaing bisnisnya. Pada dasarnya semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapan dan keinginannya. Persaingan bisnis ini menuntut perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang bermutu tinggi untuk mendapatkan daya saing yang lebih dibandingkan dengan para pesaingnya. Hal ini dikarenakan pada saat ini sebagian konsumen telah berubah pola pikirnya dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya melihat dari terpenuhinya kebutuhan akan tetapi konsumen juga melihat dari segi kualitas produk dan segi pelayanan yang diberikan. Saat ini, berbagai sektor usaha terus berkembang seiring dengan bervariasinya kebutuhan dan keinginan konsumen termasuk salah satunya adalah sektor perdagangan pada industri meubel. Seiring dengan berkembangnya zaman, meubel sering mengalami perubahan terutama dalam segi desain yang beraneka ragam, hal tersebut sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen untuk mengikuti perubahan model meubel yang ada. Para pelaku usaha meubel harus jeli dalam memperhatikan kecenderungan perilaku konsumen terhadap produk meubel yang di pasarkan. Dengan memperhatikan hal tersebut diharapkan para pelaku bisnis meubel dapat mengetahui dan mencermati tingkat kepuasan konsumen terhadap produk meubel yang dipasarkan dan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Meubel merupakan istilah yang digunakan untuk alat rumah tangga yang berfungsi untuk menyimpan barang, tempat duduk, tempat tidur, lemari pakaian, lemari buku, meja, dipan dan lain sebagainya.

Dalam sebuah pembuatan meubel tentunya seorang pengrajin menentukan berbagai bahan dasar yang digunakan untuk menghasilkan meubel yang sesuai dengan permintaan konsumen. Menyikapi minat konsumen akan kebutuhan *furniture*, pelaku bisnis harus berinovasi dan berkreatifitas dalam mengembangkan produk *furniture*nya, ini diharapkan mampu membuat konsumen merasa puas akan kualitas produk yang dihasilkan. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya, kepuasan konsumen dapat

memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu, hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis dan juga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, sehingga membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Husein Umar (2013:65) mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya”.

Ada beberapa cara yang harus dilakukan oleh perusahaan meubel dalam meningkatkan kepuasan konsumen, diantaranya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pengertian kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen yang bertujuan untuk mengimbangi harapan konsumen. Untuk itu perusahaan dituntut untuk membuat produk yang berkualitas agar mampu memenuhi harapan konsumen atau mungkin melebihi harapan dari apa yang konsumen harapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016:164) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Selain kualitas produk, hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, ini dibutuhkan agar konsumen merasa lebih dekat dengan produsen dan lebih jauh lagi diharapkan konsumen tersebut dapat menceritakan kepada yang lainnya akan kebaikan dari produsen. Rusdi (2017:39) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Menyadari peran penting konsumen akan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, Ano Abadi Meubel berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Ano Abadi Meubel merupakan salah satu usaha produksi, distribusi sekaligus penjualan yang berlokasi di Cikatomas Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan riset berupa wawancara dengan pemilik perusahaan Ano Abadi Meubel yang bernama Ano Tarsono mengatakan bahwa, Ano Abadi Meubel selalu berusaha optimal dalam memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap konsumen. Produk yang ditawarkan memiliki kelebihan seperti daya tahan produk, corak tambahan sebagai nilai estetika dan juga kerapian, untuk kepuasan pelayanan Ano Abadi Meubel selalu berpenampilan menarik untuk melayani konsumen dan juga menerapkan prinsip 3S (Senyum, Salam, Sapa), contoh lain adalah ketepatan waktu pengerjaan produk dan pengiriman menjadi fokus utama dari pemilik usaha dalam melayani konsumen. Untuk pembuatan produknya Ano Abadi Meubel memakai 3 jenis kayu diantaranya adalah kayu tisuk, kayu cayur dan kayu waru. Dalam mengerjakan satu unit barang bisa memakan waktu sekitar satu minggu. Berikut nama barang dan produksi Ano Abadi Meubel dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.

Tabel 1. Data Penjualan Ano Abadi Meubel

No.	NAMA BARANG	UNIT /TAHUN		
		2018	2019	2020
1.	Lemari	13	15	17
2.	Daun pintu	15	17	19
3.	Divan	11	13	14
4.	Meja	14	16	19

Sumber : Ano Abadi Meubel, 2021.

Pada tabel 1. dapat diketahui bahwa penjualan produk yang dialami Ano Abadi Meubel mengalami peningkatan setiap tahunnya begitu juga pada omset yang didapatkan Ano Abadi Meubel mengalami peningkatan disetiap tahunnya, ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Data omset Ano Abadi Meubel

No.	Tahun	Omset / Tahun
1.	2018	Rp. 65.900.000,00
2.	2019	Rp. 71.000.000,00
3.	2020	RP. 80.050.000,00

Sumber : Ano Abadi Meubel, 2021.

Berdasarkan Tabel 2. merupakan pendapatan Ano Abadi Meubel ditiga tahun terakhir, hal ini membuktikan bahwa konsumen Ano Abadi Meubel percaya akan kualitas barang yang dihasilkan dan juga kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam hal kualitas produk Ano Abadi Meubel menawarkan produk sesuai gambar desain yang diberikan pada awal pemesanan selain itu produk tersebut tidak cacat

saat instalasi maupun pada saat penyerahan kepada konsumen dan pada saat pelayanan juga Ano Abadi Meubel memberikan pelayanan dengan sepenuh hati, ramah, sopan santun dan juga menjamu konsumen dengan memberikan kopi, the dan makanan ringan. Sehingga keadaan ini dibuktikan dengan pemilik yang menyatakan bahwa ada sekitar 80 orang pelanggan tetap Ano Abadi Meubel dan berdasarkan wawancara secara langsung antara penulis dengan konsumen Ano Abadi Meubel yang menyatakan pernyataan yang sama kepuasannya terhadap barang dan pelayanan yang diberikan oleh Ano Abadi Meubel.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

menurut Kotler dan Keller (2016:1650), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Keller (2012:49), mengemukakan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sipat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Atmaja (2018:11), menyatakan kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2012:121), kualitas produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut :

1. Kinerja merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
2. Fitur, fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi. Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Ketahanan. Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
5. Keandalan. Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
6. Kemampuan melayani. Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra misal keindahan desain produk, keunikan model produk dan kombinasi
8. Kualitas yang dipersepsikan. Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) berpendapat bahwa "kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan".

Menurut Lupiyoadi (2013:216) mendefinisikan bahwa "seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima".

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:49) menjelaskan bahwa "kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat".

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:282) untuk mengukur kualitas pelayanan terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dapat dipakai, antara lain :

1. Bukti Fisik
Merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini berupa penampilan fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.
2. Keandalan
Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya Tanggap

Merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5. Empati

Yaitu perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2014:42) berpendapat “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan anantara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Assauri (2014:176) berpendapat bahwa “kepuasan konsumen merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memsarkan produk”.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono (2016:295) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seoran konsumen yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
3. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
4. Faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merk tertentu.
5. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk , cenderung puas terhadap produk.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Priansa (2017:210) kepuasan konsumen dinyatakan sebagai bentuk perilaku konsumen atau katakreistik barang/jasa yang telah digunakan, sehingga mengakibatkan rasa puas atau tidak puas. Adanya tiga indikator yaitu:

1. Harapan, keinginan pelanggan kepada suatu produk atau jasa sudah dibuat sebelum konsumen membeli suatu produk atau layanan mereka telah memenuhi keinginan dan kepercayaan harapan mereka.
2. Kinerja, keahlian konsumen kepada kemampuan nyata produk atau jasa saat dipakai tanpa dibujuk akibat harapan mereka saat kemampuan asli konsumen akan merasa puas ketika mereka merasa terpenuhi barang/jasa tersebut.
3. Pengalaman, keinginan konsumen dibujuk oleh keahlian konsumen kepada pemakaian brand jasa atau barang yang bertentangan dari kompetitor.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Sasaran Penelitian

Penelitian ini tidak menegetahui jumlah populasi konsumen secara pasti maka peneliti menggunakan rumus (Rao Purba dalam fauzan : 2015):

$$= \frac{z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = 1,06 pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan 95%)

Moe = *Margin Of Error* (tingkat kesalahan maksimum 10%)

Dengan digunakannya rumus diatas, maka peneliti memperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2}{4(\text{Moe})^2} \\ n &= \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} \\ n &= \frac{3,8416}{0,004} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Dengan demikian, besaran perhitungan ukuran jumlah responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Observasi
Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.
2. Wawancara
Dilakukan dengan pihak Ano Abadi Meubel Cikatomas. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti
3. Kuesioner
Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkai pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabannya.
4. Studi Dokumentasi
Pengumpulan data melalui dokumen dokumen yang dibutuhkan atau berhubungan dengan penelitian
5. Studi Kepustakaan (*Library Research*)
Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature*, buku-buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

Skala Pengukuran Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode angket dengan menggunakan *skala likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Penentuan skor atau nilai untuk jawaban kuesioner yang menggunakan skala likert dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Skala Likert

No	Pilihan Respons	Singkatan	Skor (+)	Skor (-)
1	Sangat Setuju	SS	5	1
2	Setuju	S	4	2
3	Kurang Setuju	KS	3	3
4	Tidak Setuju	TS	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1	5

Sumber : Sugiyono (2017)

Skala *likert* masih berupa data original untuk dapat diolah secara kuantitatif maka harus diubah menjaji data interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI).

Teknik Pengujian Data

1). Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2013: 52).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dalam hal ini adalah jumlah sampel. Pada kasus ini jumlah sampel (n) = 100 dan besarnya (df) dapat dihitung $100 - 2 = 98$ dan $\alpha = 0,05$, maka didapat r tabel = 0,1966. Suatu pertanyaan dinyatakan valid, apabila r hitung > r tabel dan nilai positif.

2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2017) digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dan variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* terendah adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan *reliable* atau kuesioner tersebut dapat digunakan kembali dalam penelitian selanjutnya. Tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Alat Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak (Singgih Santoso, 2017). Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual dan akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitasnya adalah :

1. Jika data (titik) menyebar digaris diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogramnya menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonalnya atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. (Ghozali; 2013: 105). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu (Sarjono dan Julianita; 2011: 70). Menurut (Wijaya dalam Sarjono dan Julianita; 2011: 70), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas, adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- 2) Menganalisis korelasi diantara variabel bebas. Jika diantara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar daripada 0,09), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflating factor*). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinearitas dapat ditoleransi.
- 4) Nilai *eigenvalue* sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas.

Dasar pengambilan keputusan (Sarjono dan Julianita; 2011: 74):

- a) Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.
- b) Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain (Singgih Santoso, 2017). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya). Dasar analisisnya adalah :

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW). Menurut (Ghozali, 2018:112). Pengambilan keputusan pengujian ada atau tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Jika $0 < DW < dL$ maka tidak ada autokorelasi positif keputusan ditolak.
2. Jika $dL < DW < dU$ maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.
3. Jika $4 - dL < DW < 4$ tidak ada autokorelasi negatif keputusan ditolak.
4. Jika $4 - dU < DW < 4 - dL$ maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.
5. Jika $dU < DW < 4 - dU$ maka tidak ada autokorelasi positif dan negatif keputusan tidak ditolak.

Analisis Regresi Berganda

Alat analisis regresi berganda. Dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu. Menurut Sugiyono (2017), analisis ini digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Adapun rumus regresi berganda, sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y: Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

a: Konstanta

b: Angka arah atau Koefisien Regresi

X_1 : Variabel independen (Kualitas Barang)

X_2 : Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

e : Kesalahan baku estimasi regresi

Analisis Korelasi

Analisis korelasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara dua variabel dua independen terhadap variabel dependen. Hubungan atau korelasi yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $1 < R < 1$ yaitu sebagai berikut :

- a. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 dan X_2 semua positif sempurna.
- b. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 dan X_2 semua negatif sempurna.
- c. Apabila $R = 0$, artinya, tidak terdapat korelasi.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 Persepsi Harga dan X_2 Fasilitas (variabel independen) terhadap variabel Y kepuasan konsumen (variabel dependen). Biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Rumus koefisien determinasi menurut Sugiyono (2017) sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi ganda

Uji Hipotesis

Hipotesis adalah sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (Sugiyono, 2016).

1. Penetapan Hipotesis Operasional.

$H_o : \rho > 0,05$ Kualitas Barang, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \rho < 0,05$ Kualitas Barang dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

$H_o : \rho > 0,05$ Kualitas Barang secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a : \rho < 0,05$ Kualitas Barang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_o : \rho > 0,05$ Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \rho < 0,05$ Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penetapan Signifikansi, tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95% dengan taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$). Hal ini sering digunakan dalam ilmu sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian ini akan menggambarkan variabel-variabel yang diteliti meliputi kualitas barang, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas. untuk mengetahui pengaruh kualitas barang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas penulis menyebarkan kuesioner sebanyak 100 responden.

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Barang Ano Abadi Meubel Cikatomas

Dari hasil perhitungan, dan klasifikasi penilaian diketahui bahwa jumlah skor responden mengenai kualitas barang sebesar 2.457. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas barang di Ano Abadi Meubel Cikatomas tergolong dalam klasifikasi bagus yang artinya kualitas produk memiliki kualitas yang lebih bagus dari toko lain dan sudah teruji kualitasnya.

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Ano Abadi Meubel Cikatomas

Dari hasil perhitungan , dan klasifikasi penilaian diketahui bahwa jumlah skor responden mengenai kualitas pelayanan sebesar 2.346. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan di Ano Abadi Meubel Cikatomas tergolong dalam klasifikasi baik yang artinya bahwa kualitas pelayanan di Ano Abadi Meubel Cikatomas sudah baik.

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas

Dari hasil perhitungan, dan klasifikasi penilaian diketahui bahwa jumlah skor responden mengenai kepuasan konsumen sebesar 2.494. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kepuasan konsumen di Ano Abadi Meubel Cikatomas tergolong dalam klasifikasi tinggi yang artinya kepuasan konsumen di Ano Abadi Meubel sudah cukup baik.

Analisis Data

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan dalam instrument penelitian valid, karena $R_{hitung} > R_{tabel}$. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dapat diikuti kembali dalam tahapan selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Barang	0,690	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,638	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,756	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2022

Hasil pengolahan uji reliabilitas menunjukkan semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini karena melihat hasil nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6, hal ini seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan ketahap berikutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dari *output* yang didapat dari hasil pengolahan SPSS versi 25 dimana data menyebar digaris diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya. Maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Dari *output* yang didapatkan hasil pengolahan SPSS Versi 25 dimana nilai *tolerance* kualitas barang dan kualitas pelayanan 0,999 > 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas barang dan kualitas pelayanan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari *output* yang didapat hasil pengolahan SPSS Versi 25 menunjukkan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 dan Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diketahui untuk nilai DW = 2,177 Selanjutnya dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% dengan jumlah sampel sebanyak 100 dan jumlah variabel independen sebanyak 2 variabel, (K=2) dengan nilai dL = 1,633, dan nilai dU = 1,715. Jadi ($dU < DW < 4-dU$) atau $1,715 < 2,177 < 2,285$, artinya nilai DW lebih besar dari nilai dU dan nilai DW kurang dari (4-dU). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Pembahasan

Pembahasan meliputi analisis deskriptif dengan menggunakan analisis regresi berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan asumsi klasik. Sebelumnya data jawaban responden yang berupa skala ordinal dikonversikan menjadi skala interval melalui *method successive interval* (MSI) melalui MS Excel. Seluruh pengujian menggunakan program *software* SPSS versi 25 for windows.

Pengaruh Kualitas Barang dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis statistik dengan program SPSS versi 25 dari tabel *output* spss diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,611 + 0,063X_1 + 0,330X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas menyatakan bahwa:

Nilai konstanta 15,611, menunjukkan nilai kualitas barang (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) adalah 0,330, maka nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 15,611.

Nilai koefisien 0,063 menyatakan bahwa variabel kualitas barang terdapat hubungan positif dengan nilai kepuasan konsumen. Artinya jika kualitas barang yang ada di Ano Abadi Meubel lebih bagus dari pada toko lain maka kepuasan konsumen meningkat 0,063.

Nilai koefisien 0,330 menunjukkan kualitas pelayanan terdapat hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika kualitas pelayanan di Ano Abadi Meubel sesuai yang diharapkan konsumen maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,330.

Koefisien korelasi (r) dari hasil perhitungan sebesar 0,253 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara variabel kualitas barang (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan yang rendah.

Koefisien determinasi (K_d) sebesar 0,064. Dari angka tersebut dapat dilihat besar pengaruh kualitas barang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas sebesar 0,064. Sedangkan factor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas sebesar 93,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui nilai signifikansi kualitas barang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas dilakukan Uji F. Berdasarkan hasil perhitungan ternyata F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($3,322 > 3,09$) atau $sig\ 0,000 < 0,05$ maka hipotesis nol H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a diterima, yang berarti semua variabel independen (kualitas barang dan kualitas pelayanan) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Barang Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas

Berdasarkan perhitungan, di peroleh nilai koefisien korelasi antara kualitas barang dengan kepuasan konsumen sebesar 0,050 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sangat rendah antara kualitas barang dengan kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan kualitas barang akan meningkatkan kepuasan konsumen. Maka besar pengaruh peningkatan kualitas barang akan meningkatkan kepuasan konsumen secara parsial adalah 0,25% [$K_d = (0,050)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas barang secara signifikan dengan $sig. (062) > (0,05)$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas barang (X_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), artinya konsumen Ano Abadi Meubel tidak melihat dari bagus ataupun jeleknya suatu produk, ini dikarenakan konsumen memiliki loyalitas yang sangat tinggi pada Ano Abadi Meubel.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan jika penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik Ibrahim dan Siti Mrijam Thawil, (2019), Vol. 4, No. 1. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 0,247 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi mengandung arti bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Maka besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial adalah 6,1% [$K_d = (0,247)^2 \times 100\%$].

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa t_{hitung} adalah $(0,01) < (0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dari hasil penelitian ini menunjukkan jika penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik Ibrahim dan Siti Mrijam Thawil, (2019), Vol 4, No. 1. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh kualitas barang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ano Abadi Meubel Cikatomas, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Barang Ano Abadi Meubel Cikatomas berada pada klasifikasi bagus. Hal ini berarti bahwa kualitas barang bagi konsumen Ano Abadi Meubel sudah bagus. Begitu pula kualitas pelayanan di Ano Abadi Meubel Cikatomas bagi konsumen dalam klasifikasi baik. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan bagi konsumen Ano Abadi Meubel sudah cukup baik. Kepuasan konsumen di Ano Abadi Meubel sudah menunjukkan klasifikasi tinggi, artinya kepuasan konsumen di Ano Abadi Meubel sudah cukup tinggi.
2. Kualitas barang dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas. Artinya semakin bagus kualitas barang dan semakin baik kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Kualitas barang secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas. Artinya semakin bagus suatu barang tanpa di pengaruhi variabel lain maka tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dan sesuai harapan konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran atau masukan yang bisa diberikan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, menunjukan bahwa kualitas barang tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari data tersebut sebaiknya Ano Abadi Meubel tetap mempertahankan kualitas barang yang lebih bagus dari pada toko lainnya, meskipun kualitas barang tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Solusinya dalam memproduksi suatu barang Ano Abadi Meubel harus lebih meningkatkan kualitas barangnya dari yang sudah diproduksi misalnya, dari bahan, ukiran-ukiran, warna, dan model.
2. Berdasarkan hasil data yang diperoleh menunjukan bahwa kualitas pelayanan terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas. Dari data tersebut sebaiknya Ano Abadi Meubel meningkatkan dan memberikan pelayanan yang sesuai diharapkan konsumen. Solusinya mempertahankan yang sudah diberikan dan meningkatkan kekurangan-kekurangan dalam hal pelayanan
3. Berdasarkan hasil data yang diperoleh menunjukan bahwa kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel Cikatomas dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas barang dan kualitas pelayanan. Dari data tersebut sebaiknya Ano Abadi Meubel dalam memberikan pelayanan harus sesuai yang diharapkan konsumen agar kepuasan konsumen di Ano Abadi Meubel Cikatomas tinggi. Solusinya untuk meningkatkan dan menjaga kepuasan konsumen Ano Abadi Meubel harus memberikan pelayanan yang maksimal dan meningkatkan kualitas barang dari yang sudah ada. Memberikan diskon dan garansi lebih dari pesaingnya.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lainnya yang belum pernah diteliti sebelumnya dan mungkin memiliki pengaruh lebih lainnya, seperti variabel lokasi dan promosi karena sekarang ini toko meubel tidak hanya meningkatkan penjualan dari segi produknya saja tetapi juga meningkatkan dari segi promosi dan lokasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Rizky Febrian. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Bang Husni Meubel Kalisat*. Skripsi. Diakses 2 November 2021.
<https://respository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/103418/ADAM%RIZKY%20FEBRIAN%20-%20140810201167.pdf?sequence=1&isAllowed=y.pdf>
- Afrina, Yulia Hastuti. 2018. *Pengaruh Kualitas Poduk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Aneka Jaya Furniture Langsa*. Diakses 1 November 2021.
<https://www.jurnalunsam.id/index.php/jseb/article/download/458/915>
- Atik Lusia. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Meubel Lucia Baru Furniture Bandar Lampung*. Diakses 1 November 2021.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/1768.1%20lampiran%201.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Heriawan Prastyo Adi. 2018. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Industri Meubel di Desa Manggung , Kec Ngemplak Kab Boyolali*. Diakses 5 November 2021.
<http://eprints.ums.ac.id/61006/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Imron. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. Diakses 7 November 2021.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse/article/download/5861/3269>
- Ismail Razak. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Diakses 2 November 2021.
https://web.archive.org/web/20200214222600id_/https://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/JMBK/article/download/286/pdf
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

- Kotler Amstrong. 2015. *Principle of Marketing*, 15th Edition New Jurney Prientice-Hall Published.
<https://web.archive.org/web/20200214222600id-/https://ojs.ekonomi-unkris.ac.id/index.php/JMBK/article/download/286/pdf>
- Jackson R.S Weenas. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Springbed Comforta*. Diakses 2 November 2021.
<https://ejurnal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/2741/2294>
- Malik Ibrahim, Siti Marijam Thawil. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen*. Diakses 7 November 2021.
<https://core.ac.uk/download/pdf/235155686.pdf>
- Mohamad Yusuf Dana Mukti. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Tehadap Keputusan Pembelian Pada Meubel CV Jati Endah Lodoyo Blitar*. Diakses 10 Novenver 2021.
<https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/download/233/336>
- Mukhammad Teguh Afwan, Suryono Budi Santosa. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Diakses 1 November 2021.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/30308/25161>
- Mullins, Jhon W dan Walker Js, Orville C. 2013. *Marketing Manajemnt: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Pengertian Kepuasan Konsumen Menurut Para Ahli. Diakses 13 November 2021
<http://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/>.
- Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli. Diakses 13 November 2021
<https://repository.radenfatah.co.id/7833/2/skripsi%20BAB%3011.pdf>
- Riana P. Masinambow, Jhony R. E Tampi, Lucky F. Tamengkel. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kab Minahasa Selatan*. Diakses 4 November 2021.