

The Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction Baraya Collection

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Baraya *Collection*

Muhammad Arsyad ¹⁾; H. Ari Arisman ²⁾; Barin Barlian ³⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya
Email: ¹⁾ muhammadarsyad2000@gmail.com ;²⁾ ariarisman@unper.ac.id ;³⁾ barinbarlian@unper.ac.id

How to Cite :

Arsyad, M. Arisman., A., H. Barlian., B. (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Baraya Collection. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(4). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i4>

ARTICLE HISTORY

Received [29 Agustus 2023]
Revised [30 September 2023]
Accepted [07 Oktober 2023]

KEYWORDS

Service quality, product quality, customer satisfaction.

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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan secara parsial antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Baraya Collection. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampel jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner secara online dan offline. Data yang digunakan adalah data primer. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan menggunakan SPSS ver. 26. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect simultaneously and partially between Service Quality and Product Quality on Baraya Collection Customer Satisfaction. The research method used has a survey method with a quantitative approach. The sampling technique used the saturated sample method with a total sample of 100 people. Data collection techniques using online and offline questionnaires. The data used has primary data. The analytical tool used in this study is multiple regression using SPSS version 26. The results of the study show that simultaneously service quality and product quality have a significant effect on customer satisfaction. Partially, service quality has a significant effect on consumer satisfaction. Partially product quality has a significant effect on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Baraya *Collection* adalah sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak di bidang usaha konveksi (pakaian jadi). Beralamatkan di jalan Sukarindik No. 89, Kelurahan Sukarindik, Kecamatan Bungursari, Kota Tasikmalaya. Awalnya memproduksi berbagai jenis pakaian untuk semua usia yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Namun seiring dengan perkembangan pasar yang

disesuaikan dengan kebutuhan konsumen secara umum. Baraya *Collection* saat ini cenderung memproduksi kolor dan kaos polos.

Nilai penjualan rata-rata untuk periode Desember 2020 – Desember 2021 adalah sebesar Rp. 8.000.000,-/bulan dengan modal awal sebesar Rp. 15.000.000,-. Prospek pengembangan usaha konveksi sangat menjanjikan mengingat pakaian adalah kebutuhan primer (sandang) selain makanan (pangan) dan perumahan (papan).

Kebutuhan akan pakaian ini mutlak harus dipenuhi mengingat sangat diperlukan untuk kelangsungan hidupnya. Selain itu, bisnis ini memiliki pangsa pasar yang sangat luas, tren dan mode yang sangat dinamis dan mengikuti perkembangan zaman. Akan tetapi pada orderan masuk setiap bulannya selalu ada orderan yang *di-cancel dan di-return*. Hal tersebut diduga karena kurangnya kualitas pelayanan dan kualitas produk pada Baraya *Collection*.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir dalam (Indriyani et al., 2019) mendefinisikan bahwa Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik dalam (Syahfitri & Kusnanto, 2021) mendefinisikan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) mendefinisikan bahwa Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dalam (Apriyani, d & sunarti, 2017:3) mendefinisikan bahwa Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Sedangkan menurut Bachtiar dalam (Apriyani, d & sunarti, 2017:3), mendefinisikan bahwa Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Pengumpulan data primer menggunakan metode survey dan kuisioner. Populasi berjumlah 100 orang responden Baraya *Collection*. Data tersebut penulis dapatkan dari Baraya *Collection* dengan cara wawancara dan meminta data konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Baraya *Collection*. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Regresi linier ganda, model persamaan regresi linier ganda:

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

Keterangan :

- X1 = Kualitas Layanan
- X2 = Kualitas Produk
- Y = Kepuasan Konsumen
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien Regresi Kualitas Layanan
- b2 = Koefisien Regresi Kualitas Produk
- e = Error

2. Analisis Koefisien Korelasi.

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel bergantung secara bersama-sama dan untuk mengukur seberapa besar variasi perubahan variabel bebas mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat (Sugiyono; 2016: 190).

3. Nilai koefisien determinasi ganda (*R Square*)

Menjelaskan besaran kemampuan model persamaan regresi dalam menjelaskan pengaruh variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien regresi b1 menunjukkan besar dan arah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 1, terlihat nilai dari koefisien masing-masing variabel dapat ditentukan menjadi persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	2.685	.693		1.340	.000			
Kualitas Pelayanan	.561	.078	.574	6.246	.000	.573	.284	.238
Kualitas Produk	.065	.030	.165	2.165	.035	.544	.191	.156

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = 2,685 + 0,561 X_1 + 0,065 X_2 + e$$

Interprestasi:

- a. Konstanta sebesar 2,685 menunjukkan bahwa jika tidak terjadi peningkatan dalam variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk maka Kepuasan Konsumen sebesar 2,685 satuan.
- b. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,561 artinya setiap kenaikan 1 satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,561 satuan apabila Kualitas Produk (X2) tetap.
- c. Koefisien regresi Kualitas Produk (X2) sebesar 0.065 artinya setiap kenaikan 1 satuan Kualitas Produk akan menaikkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,065 satuan apabila Kualitas Pelayanan (X1) tetap.

Tabel 2. Koefisien Korelasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.591 ^a	.349	.374	.71454	.449	40.611	2	97	.000	0.698
a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan										
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen										

Berdasarkan pengujian SPSS versi 26 diketahui bahwa nilai korelasi R simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,591. Nilai korelasi tersebut termasuk kedalam kategori sedang. Nilai korelasi Kualitas Pelayanan dengan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen memiliki nilai positif artinya terdapat korelasi atau keeratan hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, semakin baik Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk maka Kepuasan Konsumen yang dihasilkan akan baik pula begitupun sebaliknya.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.591 ^a	.349	.374	.71454	.449	40.611	2	97	.000	0.698
a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan										
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen										

Berdasarkan *output* SPSS, nilai *R-Square* adalah sebesar 0,349 atau 34,9%. Artinya besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan sebesar 34,9% terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya sebesar 65,1% adalah pengaruh faktor lain, seperti harga, citra merek dan promosi.

Tabel 4. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.053	2	15.026	34.206	.000 ^b
	Residual	55.947	97	.511		
	Total	86.000	99			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan						

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa tingkat sig. $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Baraya *Collection* diterima. Artinya H_a diterima H_o ditolak yang berarti variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 5. Uji Parsial

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	2.685	.693		1.340	.000			
Kualitas Pelayanan	.561	.078	.574	6.246	.000	.573	.284	.238
Kualitas Produk	.065	.030	.165	2.165	.035	.544	.191	.156

Berdasarkan perhitungan SPSS versi 26 diperoleh nilai koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen sebesar 0,284 yang menunjukkan hubungan rendah antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa apabila Kualitas Pelayanan bagus, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen. Maka besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial adalah sebesar 8,06% [$Kd = (0,284)^2 \times 100\%$], dan nilai uji signifikansinya menunjukkan 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Jadi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 8,06%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan yang dilakukan adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 6. Uji Parsial

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	2.685	.693		1.340	.000			
Kualitas Pelayanan	.561	.078	.574	6.246	.000	.573	.284	.238
Kualitas Produk	.065	.030	.165	2.165	.035	.544	.191	.156

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan SPSS versi 26 diperoleh nilai koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen sebesar 0,191 yang menunjukkan hubungan rendah antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa apabila Kualitas Produk bagus, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen. Maka besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial adalah sebesar 3,64% [$Kd = (0,191)^2 \times 100\%$], dan nilai uji signifikansinya menunjukkan nilai 0,035 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Jadi pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 3,64%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan yang dilakukan adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, bahwa nilai yang diperoleh dari perhitungan terhadap tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang terdapat di Baraya *Collection* adalah sebesar 3.818 yang menunjukkan klasifikasi baik. Artinya kualitas pelayanan pada Baraya *Collection* baik. Sementara itu nilai yang diperoleh dari tanggapan responden mengenai kualitas produk adalah sebesar 4.585 menunjukkan klasifikasi baik. Artinya kualitas produk pada Baraya *Collection* sudah baik. Sedangkan nilai yang diperoleh dari perhitungan tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen adalah sebesar 3.101 yang menunjukkan klasifikasi baik. Artinya kepuasan konsumen pada Baraya *Collection* sudah baik. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi ataupun jasa yang diterima.
2. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa baik tidaknya Kepuasan Konsumen yang dihasilkan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang ada di Baraya *Collection*.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan skor yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan, penulis menyarankan agar perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanannya agar konsumen tidak kecewa dan akan merasa senang apabila kualitas pelayanan yang diberikan bagus.
2. Dalam variabel kualitas produk, perusahaan tentu harus memperhatikannya. Karena, produk merupakan suatu hal yang sangat penting agar konsumen merasa puas dengan apa yang mereka dapat.
3. Kepuasan Konsumen dapat ditentukan oleh kualitas pelayanan serta kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produknya atau bahkan meningkatkannya.
4. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi dan melakukan pengembangan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen, misalnya melalui wawancara terhadap responden, sehingga hasil informasi yang akan didapatkan lebih bervariasi bervariasi dari pada kuesioner yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, d, A., & sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51(2), 1-7. www.bisnissurabaya.com
- Indriyani, I., Lestari, L., & Rasal, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Kompensasi Pada Pegawai Kantor Kecamatan Nongsa. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 127-141. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1856>
- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5-24.