

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Dimsum Berkah Magetan)**

### *The Effect of Product Quality and Service Quality on Customers (Case Study on Dimsum Berkah Magetan)*

Usna Astuti<sup>1\*</sup>, Moh. Gufron<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Saosual Humaniora,  
Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

<sup>\*)</sup> Corresponding email: [usnastuti@gmail.com](mailto:usnastuti@gmail.com)

Diterima: 12 September 2022 | Direvisi: 1 November 2022 | Disetujui: 13 November 2022 | Publikasi online: 7 Januari 2023

#### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction Dimsum Berkah This type of research is a quantitative research with correlation. The population in this study are consumers who are taken in a period of one month, namely in April. So that the total population is 519 people. The research sample taken is 15% of the total population. The sampling technique used is simple random sampling. Data collection techniques in this study used a questionnaire or questionnaire. The analysis technique used in this study uses a regression model with the help of SPSS. The results showed that partially there is an effect of product quality on customer satisfaction. Furthermore, partially there is an effect of service quality on satisfaction. Simultaneously, there is an effect of product quality and service quality on customer satisfaction.*

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

#### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Berkah Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang diambil dalam periode satu bulan yaitu pada bulan April. Sehingga diperoleh total populasi sebanyak 519 orang. Sampel penelitian yang diambil sebesar 15% dari total populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model regresi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya secara parsial terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Dan secara simultan terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



## PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, memberikan dampak yang positif pada berbagai perusahaan yang bergerak di bidang industri, penjualan maupun jasa. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan atau mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Pelaku usaha harus menggunakan teknologi canggih dengan sistem otomatis untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Pelaku usaha juga harus lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelaku usaha harus mampu menciptakan produk yang disesuaikan dengan kebutuhannya guna mempertahankan konsumen (Pahlawan et al., 2019).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kesan mereka terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2014). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan terhadap kinerja suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Seorang produsen dituntut untuk selalu membuat produk yang menarik dan inovatif untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang puas akan kembali untuk membeli atau menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan perusahaan agar mencapai kesuksesan.

Salah satu usaha yang saat ini sedang berkembang yaitu produk dari Dimsum Berkah yang berlokasi di Jalan pasar Barat, Kelurahan Mangge, Kecamatan Barat, Kabupaten Magetan, Provinsi Jawa Timur. Pemilik usaha ini yaitu Bapak Ervan Bayu Setyawan yang dirintis pada bulan Agustus tahun 2020, Dimsum berkah menjual dalam bentuk frozen dan yang sudah dikukus. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di outlet Dimsum Berkah karena melihat saat usaha makanan Korean dimsum sedang naik daun dan digemari oleh berbagai kalangan. Produsen perlu memperhatikan kepuasan konsumen terhadap suatu produk dengan cara yang berbeda-beda, salah satunya adalah kualitas produk sehingga mereka mau membeli produk tersebut berulang kali, sehingga hal-hal yang tidak diinginkan oleh perusahaan seperti produk yang mengecewakan tidak pernah terjadi. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar sasaran (Lubis, 2021).

Menurut Siregar & Hakim (2017) kualitas produk adalah kesesuaian dan kecocokan dengan spesifikasi dan standar yang berlaku, disesuaikan atau memuaskan untuk digunakan, dapat memuaskan keinginan, kebutuhan, dan harapan dengan biaya yang kompetitif. Sedangkan menurut Halin (2018), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat berpengaruh. Kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran properti atau layanan relatif. Dari pengertian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya sesuai dengan spesifikasi dan standar yang berlaku, sehingga dapat memenuhi ekspektasi konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Kualitas produk merupakan bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk dapat terpenuhi. Jika kualitas produk yang diterima melebihi harapan, maka kualitas produk yang dirasakan akan memuaskan. Pahlawan et al.,(2019) menyatakan kualitas produk memiliki dampak langsung terhadap kinerja produk atau jasa, dengan kata lain kualitas berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Lestari & DS (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan hanya akan tercapai jika pelanggan percaya bahwa produk yang dibeli dapat memenuhi harapannya. Pelanggan Dimsum Berkah mengaku bahwa produk Dimsum Berkah mempunyai berbagai macam bentuk dan rasa, mulai dari somay hingga sushi mempunyai karakter rasa tersendiri. Dimsum Berkah memiliki cita rasa yang berbeda dengan produk dimsum lain. Namun ada beberapa produk yang tidak dibuat sendiri seperti semua varian bakso seafood, untuk bakso seafood Dimsum Berkah menggunakan produk dari perusahaan lain. Hal tersebut membuat owner Dimsum Berkah merasa khawatir mengenai produk tersebut sudah aman atau belum karena bukan produksi sendiri.

Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk saja, namun pelayanan juga sangat dibutuhkan oleh pelanggan. Menurut Atmaja (2018) kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan

sebagai suatu pelayanan atau pelayanan yang diberikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, relasi, kapasitas dan keramahan yang ditujukan pada sikap dan sifat pemberian pelayanan untuk kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Gofur (2019) kualitas pelayanan merupakan rangkaian kegiatan unggulan yang harus memuaskan keinginan pelanggan berdasarkan ciri-ciri umum produk. Kualitas pelayanan sama pentingnya dengan kualitas produk. Keseimbangan antara keduanya dapat dijadikan suatu kekuatan besar bagi perusahaan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan menempatkan produk/jasa yang ditawarkan sebagai alternatif utama pilihan konsumen (Lestari & DS, 2017). Memberikan pelayanan pelanggan yang baik kepada konsumen harus mengarah pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan membentuk persepsi pelanggan terhadap produk yang dipasarkan oleh perusahaan, yang memungkinkan produk tersebut diposisikan di mata pelanggan. Oleh karena itu, layanan pelanggan dapat berdampak pada keberhasilan jangka panjang bisnis (Atmaja, 2018).

Dimsum Berkah sebisa mungkin memberikan pelayanan yang baik. Namun meskipun dengan pelayanan yang baik masih saja terdapat berbagai kendala. Karyawan Dimsum Berkah yang hanya ada satu orang di satu outlet ketika ada beberapa pembeli mengakibatkan terjadinya antrian pembeli. Dikarenakan lokasi outlet Dimsum Berkah yang panas dan tempat duduk yang kurang mencukupi membuat pelanggan menjasi kurang nyaman. Akhirnya ada beberapa pelanggan yang merasa kecewa.

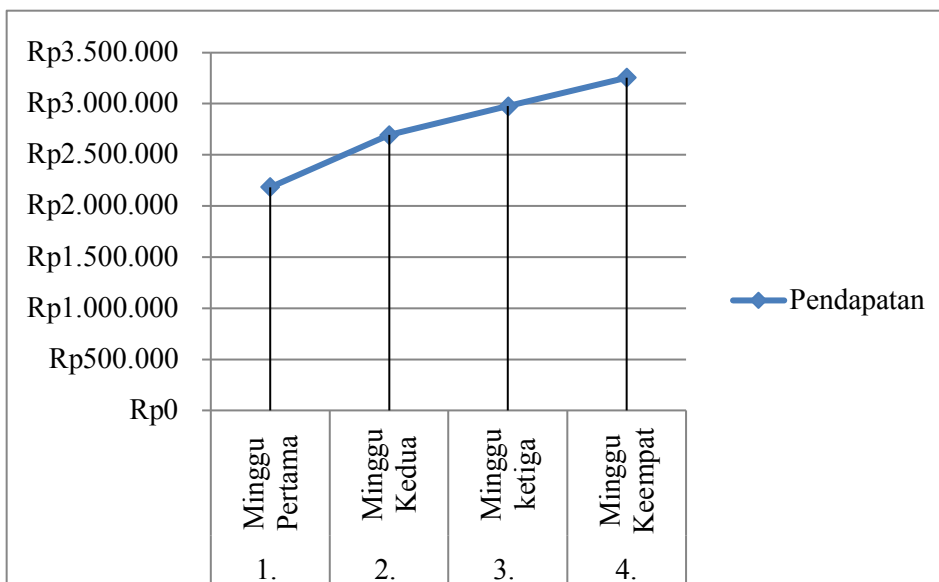
Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di outlet Dimsum Berkah maka diketahui bahwa pelanggan merasa kualitas produk masih perlu di tingkatkan dalam bentuk tampilan dan juga kemasan karena ketika produk tidak laku dalam sehari tampilannya jadi kurang menarik. Selain itu kemasan dari Dimsum Berkah masih berupa mika plastik, hal ini menyebabkan kemasannya menjadi cepat rusak karena terkena panas dari dimsum yang baru saja di angkat dari kukusan. Selanjutnya terkait dengan alat bantu untuk mengambil dimsum dari kukusan kurang memadai jumlahnya, karena dimsum berkah memakai sistem pelanggan mengambil sendiri di kukusan dengan jumlah alat bantu yang terbatas jadi pelanggan merasa kurang efektif. Kendati demikian berdasarkan laporan pendapatan Dimsum Berkah pada Bulan April, menunjukkan bahwa jumlah pendapatan pada bulan tersebut mengalami peningkatan tiap minggunya. Adapun jumlah pendapatan Dimsum Berkah pada Bulan April ditunjukkan pada Tabel dan Grafik berikut.

**Tabel 1.** Pendapatan Dimsum Berkah Magetan pada Bulan April Tahun 2022

Minggu Pertama	Rp 2.183.000
Minggu Kedua	Rp 2.694.000
Minggu Ketiga	Rp 2.977.000
Minggu Keempat	Rp 3.255.000

Tabel 1 menunjukkan pendapatan Dimsum Berkah Magetan selama bulan April 2022. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan tertinggi terjadi pada minggu keempat bulan April, sedangkan pendapatan terendah terjadi pada minggu pertama bulan April. Untuk lebih jelasnya, pendapatan Dimsum Berkah Magetan disajikan dalam grafik di bawah ini.

**Grafik 1.** Pendapatan Dimsum Berkah Magetan pada Bulan April 2022



Berdasarkan Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa pada minggu pertama pendapatan yang di peroleh dimsum berkah Rp 2.183.000, lalu pada minggu kedua mengalami kenaikan pendapatan dari Rp 2.183.000 menjadi Rp 2.694.000, lalu pada minggu ketiga mengalami kenaikan pendapatan lagi dari Rp 2.694.000 naik menjadi Rp 2.977.000 selanjutnya pada akhir bulan yaitu minggu keempat pendapatannya mengalami kenaikan lagi dari Rp 2.977.000 naik menjadi Rp 3.255.000.

Penelitian yang relevan dilakukan oleh Pahlawan et al. (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar”. Dari hasil analisis penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan penelitian Asti & Ayuningtyas (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction)” dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Vila Nusa Indah. Penelitian lain dilakukan oleh Andalusi (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Hasil Pengujian dan analisisnya menunjukkan: 1) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Laborindo Sarana karena nilai signifikan diatas 0,05.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang di fokuskan kepada kepuasan pelanggan. Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Berkah”.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan data dengan menggunakan angket. Data dianalisis menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS versi 21.0. Populasi pada penelitian ini diambil dalam periode satu bulan yaitu pada bulan April 2022 yang diperoleh total populasi sebanyak 519 orang. sampel dalam penelitian ini diambil sebesar 15% dari jumlah populasi. Menurut Arikunto (2014) yang menyatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian. tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25%. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode simple random sampling. Sampel dipilih secara acak selama empat minggu selama bulan April 2022 yang terdapat sampel 78 orang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket atau kuesioner dengan skala likert berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji

Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linier Berganda dengan model persamaan sebagai berikut:  $Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2$  yaitu  $Y = 3,269 + 0,242X_1 + 0,710X_2$ , Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perhitungan dari setiap indikator kemudian dilakukan untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		228
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.65946157
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		1.317
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi secara normal, karena data memiliki signifikasi sebesar  $0,062 > 0,05$ . Hal tersebut sesuai dengan teori (Ghozali, 2016) yang menyatakan bahwa data dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05.

### Uji Linieritas

**Tabel 3.** Hasil Uji Linieritas Kulit Produk Terhadap Kepuasan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Kepuasan * Produk	Kualitas	(Combined)	2278,503	19	119,921	11,405	,000	
		Between Groups	Linearity	1866,991	1	1866,991	177,555	,000
			Deviation from Linearity	411,512	18	22,862	2,174	,014
			Within Groups	609,869	58	10,515		
		Total	2888,372	77				

Berdasarkan dari Tabel 2. di atas hasil uji linieritas variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai sig linierity  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dpergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

**Tabel 4.** Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Kualitas Pelayanan	(Combined)		2537,354	18	140,964	23,694	,000
	Between Groups	Linearity	2230,288	1	2230,288	374,872	,000
		Deviation from Linearity	307,066	17	18,063	3,036	,001
	Within Groups		351,018	59	5,949		
	Total		2888,372	77			

Berdasarkan dari Tabel 3 di atas hasil uji linieritas varibel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai sig linierity  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dsimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dpergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinieritas

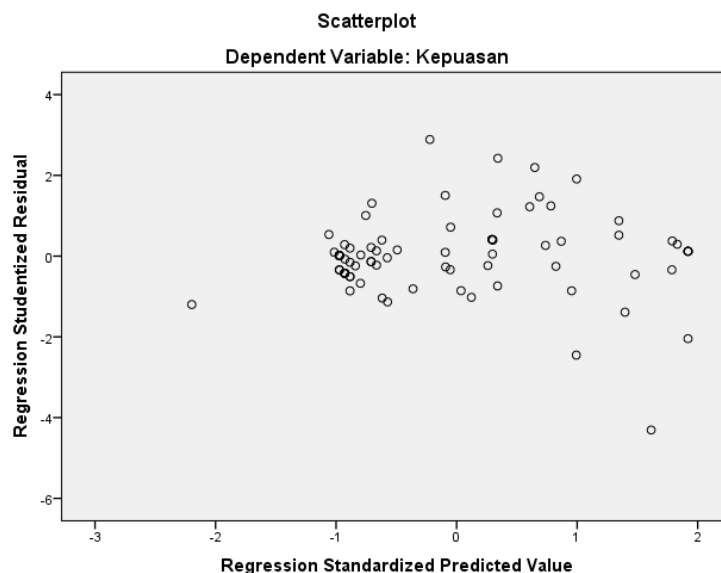
Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,269	3,802		,860	,393		
1 Kualitas Produk	,242	,108	,222	2,249	,027	,293	3,418
Kualitas Pelayanan	,710	,101	,692	7,018	,000	,293	3,418

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai tolerance untuk masing-masing variabel bebas  $> 0,10$  yaitu sebesar 0,293 dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  yaitu sebesar 3,418.

**Uji Hereskedastisitas**

**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan pada gambar scatterplot diatas, meunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebut diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi linier berganda.

### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6.** Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,269	3,802		,860	,393
1 Kualitas Produk	,242	,108	,222	2,249	,027
Kualitas Pelayanan	,710	,101	,692	7,018	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dari hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda menurut Arikunto (2014)  $Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2$ , yaitu  $Y = 3,269 + 0,242X_1 + 0,710X_2$  yang penjelasannya sebagai berikut:

1. (a) merupakan konstanta yang besarnya 3,269 menyatakan bahwa jika variabel independent (kualitas produk dan kualitas pelayanan) sebesar 0 (nol), maka nilai dependent (kepuasan pelanggan) sebesar 3,269.
2. (b1) merupakan koefisien regresi dari X1 sebesar 0,242 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X1 dengan asumsi variabel lain (X2) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,242.
3. (b2) merupakan koefisien regresi dari X2 sebesar 0,710 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X2 dengan asumsi variabel lain (X1) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan sebesar Y sebesar 0,710.

Selain hal tersebut diatas, dalam uji regresi linier berganda juga dapat diketahui besarnya pengaruh kedua variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Dimsum Berkah Magetan.

### Hasil Uji t

**Tabel 7.** Uji t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,269	3,802		,860	,393
1 Kualitas Produk	,242	,108	,222	2,249	,027
Kualitas Pelayanan	,710	,101	,692	7,018	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa uji t dalam variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sig  $0,05 < \alpha$  yaitu sebesar  $0,027 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel yaitu sebesar  $2,249 > 1,99210$ . Apabila signifikan  $0,05 < \alpha$  atau t hitung  $> t$  tabel, maka nilai hipotesis nol (H0) di tolak dan hipotesis alternative (Ha) diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan (Y) pelanggan Dimsum Berkah Magetan.

Sedangkan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sig  $0,05 < \alpha$  yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel yaitu sebesar  $7,018 > 1,999210$ . Apabila signifikan  $0,05 < \alpha$  atau t hitung  $> t$  tabel, maka nilai hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternative (Ha)

diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan (Y) pelanggan Dimsum Berkah Magetan.

### Uji F (simultan)

Tabel 8. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2271,851	2	1135,926	138,186	,000 <sup>b</sup>
Residual	616,520	75	8,220		
Total	2888,372	77			

a. Dependent Variable: Kepuasan

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

Dari tabel 8 di atas menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (138,186) > F_{tabel} (3,12)$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) di tolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  dalam penelitian ini ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dimsum Berkah Magetan secara simultan.

### Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 <sup>a</sup>	,787	,781	2,867

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber data: diolah peneliti 2022

Pada Tabel 9 diketahui nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,781 atau sebesar 78,1%. Hal ini menunjukkan bahwa 78,1% perubahan pada variabel Y dipengaruhi pada variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 21,9% ( $100\% - 78,1\% = 21,9\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X1 dan X2 yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Berkah Magetan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $7,018 > 1,9921$  dengan itu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah juga kepuasan pelanggan.

Sesuai teori Kotler & Armstrong (2016) kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Diperkuat oleh teori Halin (2018) kualitas produk merupakan elemen penting dalam sebuah perusahaan yang akan dipergunakan perusahaan sebagai alat pertukaran dengan konsumen yang bisa dimiliki dan dikonsumsi, baik itu produk berwujud maupun produk tidak berwujud agar kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Freekley Steyfli Maramis, Jantje L. Sepang, Agus Supandi Soegoto (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado". Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 3,067 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Halin (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang pada PT Semen Baturaja



(PERSERO) Tbk". Berdasarkan hasil tersebut Berdasarkan uji t, menunjukkan bahwa nilai t hitung adalah  $(5,232) \geq t \text{ tabel } (1,665) \text{ sig } (0,000) \leq 0,05$ . Yang berarti bahwa kualitas produk sebagian dipengaruhi kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Berkah Magetan**

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar  $7,018 > 1,9921$  dengan itu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah juga kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung teori Tulenan et al. (2017) di pelayanan pelanggan dikatakan berkualitas jika memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, atau semakin kecil kesenjangan antara pemenuhan janji dan harapan pelanggan, dan diperkuat Kotler (2012) Sebuah Bisnis dengan Kualitas Pelayanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan konsumen sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Peningkatan kualitas pelayanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana (2016) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi" berdasarkan hasil tersebut menunjukkan Secara parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 73,6%. Selanjutnya penelitian Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo., (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Motor Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Nilai koefisien determinasi sebesar 79%.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $2,249 > 1,9921$ ) di nilai sig.  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $7,018 > 1,9921$ ) dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan ada pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Berkah Magetan. Berdasarkan nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $138,186 > 3,12$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimsum berkah magetan sebesar 79% dan sisanya 21% yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, lokasi dan promosi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Administrasi Pembangunan*, 2(1), 63–68. Diambil dari <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JAP/article/view/1937>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di

- Palembang pada PT Semen Baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i2.477>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Managemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, N. P., & DS, A. H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 11–20.
- Lubis, O. S. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Roti Ganda dengan Bread One*. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- 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), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Maulana, A. S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–125. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Pahlawan, M. R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 228–244. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1560>
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Tulenan, R. A., Sondakh, J. J., & Pinatik, S. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Bitung. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 296–303. <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.17682.2017>