

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMENPADA DAPURUMA DI MASJID RAYA BINTARO JAYA TANGERANG SELATAN

Ahyani

Universitas Pamulang, Indonesia
dosen02444@unpam.ac.id

Submitted: 01st May 2022/ **Edited:** 26th June 2022/ **Issued:** 01st July 2022

Cited on: Ahyani, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMENPADA DAPURUMA DI MASJID RAYA BINTARO JAYA TANGERANG SELATAN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694-701.

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) To determine the effect of product quality on consumer satisfaction at the Dapuruma at the Great Mosque of Bintaro Jaya 2) To determine the effect of service quality on consumer satisfaction at the Dapuruma at the Masjid Raya Bintaro Jaya 3) To determine the effect of product quality and service quality on satisfaction. consumers at Dapuruma At Masjid Raya Bintaro Jaya The method used is quantitative. The sampling technique used the Slovin formula and the sample obtained in this study amounted to 96 respondents. Data analysis used validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this study are product quality has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 13,967 + 0.412X_1$, the correlation value of 0.654 means that the two variables have a strong relationship level. The value of the coefficient of determination is 42.8%. Hypothesis test obtained $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $(8,380 > 1,986)$. Thus, H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that there is a significant effect of product quality on consumer satisfaction. Service quality has a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 14,328 + 0.648 X_2$, the correlation value of 0.663 means that the two variables have a strong relationship level. The value of the coefficient of determination is 44.0%. Hypothesis test obtained $t \text{ count} > t \text{ table}$ or $(8,596 > 1,986)$. Thus, H_0 is rejected and H_2 is accepted, meaning that there is a significant effect of service quality on customer satisfaction. Product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 7.823 + 0.254X_1 + 0.416X_2$. The correlation value of 0.739 means that the independent variable and the dependent variable have a strong relationship. The coefficient of determination is 54.6% while the remaining 45.4% is influenced by other factors. Hypothesis testing is obtained by the calculated $F \text{ value} > F \text{ table}$ or $(55,845 > 2,700)$. Thus H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that there is a simultaneous significant effect of product quality and service quality on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan bisnis ritel di Indonesia sangat ketat, terbukti dengan menjamurnya ritel-ritel yang tersebar luas di seluruh pelosok Indonesia baik yang bersifat lokal, nasional maupun Internasional. Hampir disetiap wilayah Indonesia kita dapat dengan mudah menemukan ritel-ritel yang berada disekitar kita baik itu retail tradisional maupun ritel modern. Maka tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan ritel baik yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri berlomba-lomba untuk melakukan investasi di sektor ini. Dalam era global ini mulai banyak bermunculan perusahaan-perusahaan ritel di Indonesia. Beberapa tahun terakhir pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia semakin berkembang pesat hal tersebut dapat dilihat dari gambar berikut ini.



Sumber : Bisnis Grafik by Bisnis.com, 2021

Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Industri Ritel Modern

Dalam data grafik diatas ditunjukkan bahwa pertumbuhan ritel modern dari tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami pertumbuhan yang terus menerus meningkat secara signifikan. Hal tersebut didasari oleh minat dari pada pengunjung dan calon pembeli di suatu toko ritel modern yang terus bertambah dari setiap kalangan. Dibuktikan melalui nilai penjualan yang terus naik dari tahun 2015 sampai tahun 2019. Dalam fenomena ini tentunya menjadi ancaman bagi para toko ritel modern lainnya yang tidak bisa berinovasi lebih, baik dalam produk mereka maupun dalam program yang mereka tonjolkan untuk menarik calon pembeli. Menurut Umami dkk (2019:251) kualitas

produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya. Kotler (2019:83) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:132) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Untuk mengetahui permasalahan mengenai Fenomena penurunan kepuasan konsumen Dapuruma dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Konsumen yang Bertransaksi di Dapuruma

Bulan	Tahun			
	2017	2018	2019	2020
Januari	450	350	350	120
Februari	200	222	200	200
Maret	201	345	150	201
April	200	243	200	200
Mei	200	225	234	200
Juni	300	355	300	212
Juli	215	215	224	215
Agustus	220	178	220	220
September	250	250	250	250
Oktober	245	245	211	245
November	335	150	150	335
Desember	348	245	348	348
Total Konsumen	3164	3023	2837	2746

Sumber: Dapuruma, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah konsumen yang bertransaksi di Dapuruma selama 4 tahun terakhir. Pada tahun 2017 jumlah konsumen yang bertransaksi sebesar 3164 konsumen, kemudian pada tahun 2018 jumlah konsumen bertransaksi sebesar 3023 konsumen, pada tahun 2019 jumlah konsumen yang bertransaksi sebesar 2837 konsumen dan pada tahun 2020 jumlah konsumen yang bertransaksi sebesar 2746, Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan berbelanja di Dapuruma mengalami penurunan.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut David Garvin dalam Tjiptono (2016:134) “Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten”. Menurut Kotler dan Keller (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan Kurnia (2016:35) berpandangan bahwa kualitas produk dikenal sebagai potensi yang dimiliki produk dalam menjalankan tanggung jawab yang dimiliki dapat berupa kepraktisan penggunaan, kesesuaian produk, jaminan produk, kesanggupan penggunaan produk dan sebagainya.”

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Laksana (2019:79) yaitu kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun

Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu kinerja (atau hasil) produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan. Menurut Priansa (2017:196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Aulia dan Hidayat (2017:5) kepuasan konsumen yaitu tingkat seseorang merasakan gembira atau mengecewakan yang dihasilkan dengan memperbandingkan persepsi terhadap kinerja dan harapan produk.

METODE PENELITIAN

Berikut ini tahapan ilmiah di dalam melakukan penelitian, di antaranya:

1. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif
2. jumlah sampel yaitu sebanyak 62 responden
3. Pengumpulandatadilakukansearalangsung,melaluissebarankuesioner.
4. Skalainstrumenpenelitianadalahlikert.
5. Metode penelitian adalah asosiatif.
6. Tempat penelitian yang diambil oleh peneliti di Dapuruma Masjid Raya Bintaro Jaya Jl. Maleo Raya, Pondok Pucung, Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15229. Dapuruma_freshmart.

HASIL PENELITIAN

Pengujian Validitas Data Penelitian

Uji validitas digunakan untuk menguji pertanyaan ataupun pernyataan pada kuesioner yang disebar valid atau tidak valid. Perhitungannya dengan cara membandingkan rhitung dengan rtabel dengan tingkat signifikan (kesalahan) 0,05% atau (5%). Bila nilai rhitung lebih besar dari rtabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Untuk menentukan data yang diperoleh dari hasil penelitian dapat digunakan atau tidak maka penulis menggunakan uji validitas.

Berdasarkan keterangan hasil Uji data, menunjukan semua butir pernyataan dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi (Pearson correaltion) lebih besar dari 0,201. Dapat diambil kesimpulan bahwa butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Disiplin Kerja (X1), motivasi (X2), dan kinerja Pegawai (Y) adalah Valid. Untuk itu, item-item tersebut dapat digunakan dalam pengujian regresi.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen

Variabel	Cronbatch Alpha	Standar Cronbatch Alpha	Kepuasan
Kualitas Produk (X1)	0.807	0.600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.687	0.600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.699	0.600	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data, 2022

Variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbatch Alpha* lebih besar dari 0,600.

Uji Normalitas

Berdasarkan analisis Normal P Plot, di ketahui data residual menunjukkan tren linear, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil olah data diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas produk sebesar 0,651 dan kualitas pelayanan sebesar 0,651 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel kualitas produk sebesar 1,536 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 1,536 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil luaran SPSS menunjukkan diagram scatterplot, yang memperlihatkan bahwa penyebaran titik-titik data diatas tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.823	2.941		2.660	.009
Kualitas Produk (X1)	.254	.055	.402	4.646	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.416	.085	.426	4.915	.000

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 7.823 + 0.254X_1 + 0.416X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 7.823 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tidak dipertimbangkan maka kepuasan konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 7.823 *point*.
2. Nilai kualitas produk (X_1) 0.254 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas produk (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.254 *point*.

3. Nilai kualitas pelayanan (X_2) 0.416 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.416 *point*.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.546	.536	2.527

Sumber: Hasil olah data, 2022

Luaran SPSS di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,546 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 54,6% sedangkan sisanya sebesar $(100 - 54,6\%) = 45,4\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 5. Hasil Hipotesis Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	713.439	2	356.720	55.845	.000 ^b
	Residual	594.050	93	6.388		
	Total	1307.490	95			

Sumber: Hasil olah data, 2022

Diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(55.845 > 2.700)$, hal ini juga diperkuat dengan $p\text{ value} < Sig.0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan saat ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Dapuruma di Masjid Raya Bintaro Jaya dalam penelitian ini hanya terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, sementara tentu masih banyak faktor lainnya yang turut serta memberikan kontribusi.
2. Penelitian hanya memfokuskan pada kepuasan konsumen di Dapuruma di Masjid Raya Bintaro Jaya.
3. Sampel yang digunakan hanya sebanyak 96 responden saja dan terkadang jawaban yang diberikan oleh responden bisa saja masih kurang menunjukkan

keadaan yang sesungguhnya. Untuk itu penelitian selanjutnya alangkah lebih komprehensif lagi jika ditambahkan metode lain lagi seperti wawancara sehingga lebih akurat maupun menambahkan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, & Hidayat. (2017). Analisis Penggunaan Metode Penjadwalan Line of Balance Pada Proyek Konstruksi Repentitif (Studi Kasus : Proyek Pembangunan Apartemen Candiland – Semarang). *Jurnal Karya Teknik Sipil, Volume 6, Nomor 1*, 5.
- Darmadi, & S. (2020). Analisis Implementasi Global Vision Melalui Straregi Pemasaran Perusahaan Roti Maulana Bakery Yang Berimplikasi Pada Daya Saing. *Jurnal Ekonomi Efektif*.
- Darmadi, D. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Indomaret Cabang Kelapa Dua Gading Serpong Kabupaten Tangerang. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*.
- Darmadi, S. N. (2021). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI DIVISILIKUID PADA PT.EAGLE INDO PHARMA-TANGERANG. *Jurnal Arastirma*.
- David & Lego. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. *onference On Management And Behavioral Studies*, 3(2), 723-732.
- Kotler. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kurnia. (2016). Analisis Financial Distress Pada Perusahaan Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Research Sains*, 2(2), 67-82.
- Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan, Edisi 1*. Yogyakarta: Andy.
- Umami, R., As'at, R., & Sumartik. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250-257.