

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA TOKO PRIMA VARIASI KOTA BENGKULU**

Widya Panca Putri<sup>1</sup> Adi Sismanto<sup>2</sup>  
Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
[wpancasafitri@gmail.com](mailto:wpancasafitri@gmail.com)

**ABSTRACT**

This study aims to determine how much the influence of Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction in the Variety Prima Store Bengkulu City. This research uses quantitative research methods. The population in this study were 180 Prima Variasi Store consumers and sampling using the Total Sampling method.

Based on the results of multiple linear regression obtained by the regression equation  $Y = 7,352 + 0.195 (X1) + 0.240 (X2)$ . The results of the study and the hypothesis show that Service Quality (sig  $\alpha = 0,000 < 0.050$ ), Product Quality (sig  $\alpha = 0.018 < 0.050$ ). Simultaneously significant effect on Consumer Satisfaction. Partially, both Service Quality and Product Quality variables have a significant influence on Consumer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction.

**PENDAHULUAN**

Telah menjadi suatu kepercayaan umum khususnya di dunia usaha jasa, bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan tingkat pendapatan (*profit*) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting karena jumlah pesaing yang semakin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus dalam bersaing, bertahan hidup serta berkembang.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat lesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Tjiptono (2014), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin *Satis* yang berarti cukup baik, memadai dan *Facio* yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Parasuraman (dalam Lupiyoadi,2001) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam persepsi konsumen, juga sangat

penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas maka jasa yang diberikan maka akan semakin baik pula citra jasa tersebut dimata konsumen. Sementara menurut Goeth dan Davis yang dikutip (Tjiptono,2012:51) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Menurut Kotler dan Keller (2008) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sementara menurut (Nasution, 2005) kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen karena produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Kualitas produk adalah *the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer*, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2010).

Usaha variasi mobil semakin marak seiring dengan semakin banyaknya penjualan kendaraan mobil yang masuk. Situasi persaingan usaha variasi mobil ini juga terjadi di Kota Bengkulu yang semakin ketat. Ketatnya persaingan ini ditandai oleh banyaknya usaha variasi mobil mulai dari yang berskala kecil sampai yang besar, salah satunya yaitu Prima Variasi. Prima Variasi ini memiliki lokasi yang sudah cukup strategis dan berada di pinggir jalan besar yaitu di Jalan Mangga Raya No.19 Lingkar Timur Kota Bengkulu. Prima variasi mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara memberikan produk yang berkualitas baik, untuk itu mereka tidak memberikan barang dengan kualitas rendah pada konsumen. Dalam memberikan jasa variasi, toko ini menggunakan aliran proses yang tidak jauh dengan perusahaan lain pada umumnya. Tetapi dalam kapasitas pelayanannya hingga saat ini sudah dapat memenuhi permintaan pasar. Layanan variasi yang dapat diberikan yaitu interior dan eksterior, diantaranya: spion mobil, lampu mobil, body part, remot mobil, kaca film, audio, sarung jok, dan aksesoris.

Dengan demikian semakin meningkatnya persaingan yang ada, maka toko Prima Variasi harus terus melakukan pembenahan terutama dalam sarana dan prasarana. Hal inilah yang perlu dibenahi oleh toko Prima Variasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Toko prima variasi dituntut untuk selalu kreatif dan berinovasi untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha variasi mobilnya. Kualitas variasi mobil yang ditawarkan diharapkan lebih unggul atau memiliki value yang lebih dari pesaing lainnya. Sehingga jasa variasi tersebut tetap memiliki daya tarik bagi konsumen.

## METODE PENELITIAN

Tempat Penelitian ini akan dilakukan di Toko Prima Variasi Jalan Mangga Raya No.19 Lingkar Timur Kota Bengkulu, dan waktu penelitian dilakukan mulai bulan Januari 2020 sampai dengan selesai.

Populasi dan sampel ini adalah sebagai bahan objek untuk memulai penelitian dan sebagai sumber untuk mendapatkan dan mencari data penelitian adapun populasi dan sampel yang telah ditentukan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2008) *accidental* adalah pengambilan sampel dari setiap individu yang dijumpai secara kebetulan oleh peneliti, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 180 responden.

Metode pengumpulan data merupakan metode atau cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah Observasi dan kuesioner.

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang pengaruh variabel yang ada maka digunakan alat analisis data. Dalam penelitian ini alat analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda, dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Produk) terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu. Dari hasil analisis didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 7.352 + 0.195 (X_1) + 0.240 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 7.352 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sama dengan nol, maka variabel Kepuasan Konsumen akan tetap yaitu 7.352 apabila variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi  $X_1$ , sebesar 0.195 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) naik satu satuan maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0.421 dengan asumsi variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi  $X_2$ , sebesar 0.240 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) naik satu satuan maka nilai variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0.240 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dianggap tetap.
4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Kepuasan Konsumen (Y) adalah Variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) adalah sebesar 0.195 dan Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) adalah sebesar 0.240.

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 24,0 didapatkan uji koefisien determinasi Adjusted ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0.842 Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen memberikan sumbangan sebesar 0.842 atau 55% terhadap Kepuasan Konsumen pada Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu sedangkan sisanya sebesar 0.450 atau 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara  $t_{hit}$  dengan  $t_{\alpha/2}$  ( $n-k-1$ ) =  $180-2-1 = 177$  (1.9734) setiap variabel sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Jasa yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $6.202 > 1.9734$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen pada Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.
2. Berdasarkan uji  $t_{hit}$  untuk variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $2.741 > 1.9734$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,007 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.
3. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) sebesar 6.202 dan variable Kualitas Produk ( $X_2$ ) sebesar 2.741.

Berdasarkan uji F diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 108.093 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 108.093 yaitu ( $108.093 > 3.8945$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$ ), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima artinya secara simultan variabel Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Produk berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 180 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)  
 Kualitas Pelayanan Jasa memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $6.202 > 1.9734$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$ ), maka dari penelitian yang dilakukan dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan Jasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)  
 Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai nilai  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $2.741 > 1.9734$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,007 < 0,050$ ), maka  $H_2$  dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut

Swastha (2000:245) mendefinisikan Kualitas Produk yang baik dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam menciptakan Kepuasan Konsumen yang maksimal, serta dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini terlihat pada uji F yang menyatakan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu yaitu ( $3.8945 > 108.093$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$ ), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima artinya secara bersamaan variabel Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.
2. Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.
3. Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu.
4. Berdasarkan uji koefisien korelasi didapat nilai  $R = 0,742$  dan koefisien determinasi  $R^2 = 0,889$  nilai mempunyai makna bahwa Kualitas Pelayanan Jasa ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 0,889 atau 88.9% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Pada Toko Prima Variasi Kota Bengkulu sedangkan sisanya sebesar 0.171 atau 17.1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman, 2001. *The Behaviorial Consequenses of Service Qualiry*. Jurnal of Marketing . Vol 60.
- Ariadi, (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT.Sindur Graha Tama*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume VIII, No. 2, September 2009, halaman 173-186.
- Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Dhita, Djunaidi, dan Heri, (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsuemn pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-jek di Kota Kediri*. Jimek Volume 1 Nomor 2 Desember.
- Djarwanto dan Subagyo, Pangestu. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.

- Drian Tumvila. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Bus Harapan Jaya di Tulungagung*. Artikel skripsi Universitas PGRI Kediri.
- Duwi Priyatno, (2013). *“Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS” Cetakan 1*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Febrianawati, (2018). *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan Vol. 7 No.1, halaman 17-23.
- Ferninda, (2013). *Kualitas Pelayanan dan Serviscescape pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4, halaman 1341-1348.
- Freekey, Jantje dan Agus, (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Air Manado*. Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3 Juli, halaman 1658-1667.
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ida dan I Made Jatra, (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4 No. 7, halaman 1984-2000.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Amstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution M.N, 2010. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Rahmayanty, Nina. (2010), *“Manajemen Pelayanan Prima”*. Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- \_\_\_\_\_,2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_,2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*, In Media, Yogyakarta.
- Supranto. 2006. *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- William J. Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Jurnal Akuntansi Akrua 6 (1) halaman 83-103 e-ISSN : 2502-6380.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed*. Mc.Graw-Hill. Boston.