

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SANJAI RINA DI KOTA PAYAKUMBUH

Lucky Mahesa Yahya¹, Erizal Nazaruddin², Nur Azizah³, Sannia Reivany⁴, Nadiah Putri⁵
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Payakumbuh Universitas Andalas
Email: luckymahesayahya@eb.unand.ac.id¹, erizaln@eb.unand.ac.id², azijreal@gmail.com³,
reivanyannia@gmail.com⁴, Nadiahputri458@gmail.com⁵

Abstract

The goal of this study was to ascertain the simultaneous and partial effects that product and service quality have on customer satisfaction in Sanjai Rina Payakumbuh City. The Classical Assumption Test, Regression Analysis, T, F, and R2 Tests were used to test hypotheses. The study's findings demonstrate that Sanjai Rina's customers' satisfaction in Payakumbuh City is significantly influenced by both product and service quality at the same time. Partially, Service Quality has a major impact on Customer Satisfaction when purchasing Sanjai Rina Payakumbuh City, and Service Quality also has a significant impact

Keywords : *Product Quality, Service Quality, Purchase Satisfaction, Classical Assumption Test, Regression Analysis, T Test, F Test, Determinant Coefficient.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Sanjai Rina Kota Payakumbuh. Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi, Uji T, F, dan R2 digunakan untuk menguji hipotesis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Sanjai Rina di Kota Payakumbuh secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan secara bersamaan. Secara parsial Service Quality berpengaruh besar terhadap Customer Satisfaction saat pembelian Sanjai Rina Kota Payakumbuh, dan Service Quality juga berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pembelian, Uji asumsi Klasik, Analisis Regresi, Uji T, Uji F, Koefisiensi Determinan.

Corresponding Author; Nur Azizah
E-mail: azijreal@gmail.com



Pendahuluan

Sanjai adalah camilan yang terbuat dari singkong dan mempunyai rasa yang begitu enak. Oleh sebab itu, hidangan klasik Sumatera Barat disebut sanjai. Tidak dapat disangkal bahwa Perusahaan harus menjual barang dan jasa yang menarik minat klien potensial karena dunia bisnis menjadi lebih kompetitif. Usaha kecil dan menengah yang terlibat dalam penjualan kenang-kenangan makanan saat ini menghadapi persaingan yang ketat. Saat berkunjung ke suatu tempat, sudah menjadi kebiasaan untuk membawa kenang-kenangan, apalagi di Indonesia yang terkenal dengan kekayaan budayanya dan tentunya memiliki ragam oleh-oleh atau pernak-pernik di setiap lokasinya. Akibatnya, terjadi persaingan yang ketat di industri kuliner.

Tak bisa dipungkiri, Sumatera Barat sebagai provinsi dengan beberapa tempat wisata dan kuliner yang beraneka ragam, juga memiliki oleh-oleh khas jajanan khas UKM dan industri rumah tangga lainnya, seperti sanjai. Sumatera Barat memiliki banyak lokasi di mana Sanjai dapat ditemukan, termasuk Payakumbuh. Payakumbuh Sumatera Barat terkenal dengan masakan khasnya, termasuk Sanjai. Sanjai Rina, salah satu produsen Sanjai ternama, terletak tak jauh dari jantung kota Payakumbuh. Hasilnya adalah sebagai berikut berdasarkan statistik penjualan Sanjai Rina dari tahun 2020–2022:

Penjualan Sanjai Rina

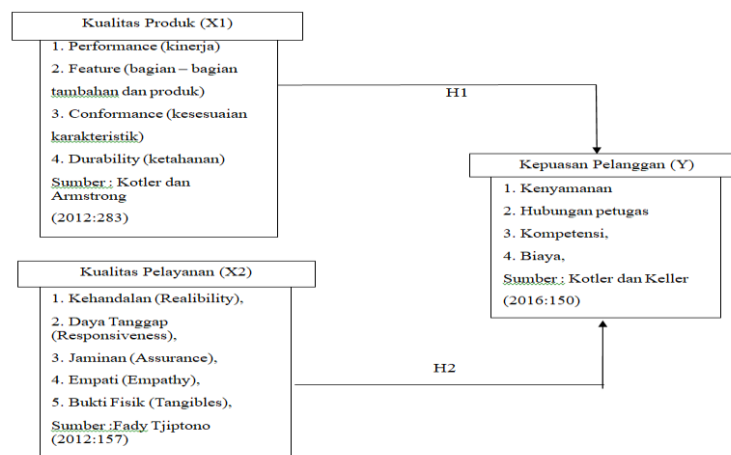
Tahun	Banyak Penjualan (Kemasan)	Persentase %
2020	7.895	30,8%
2021	8.560	33,4%
2022	9.125	35,6%
Jumlah	25.580	100

Sumber: Data Sanjai Anna, 2023

Berdasarkan tabel di atas, penjualan sanjai di toko Sanjai Rina diperkirakan akan meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini ditunjukkan dengan persentase penjualan Sanjai yang hanya 30,8% pada tahun 2020, namun meningkat pada tahun-tahun berikutnya dan mencapai 35,6% pada tahun 2022. Dalam penelitian ini peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan”. Quality on Customer Satisfaction Sanjai Rina Kota Payakumbuh” berdasarkan penjelasan di atas.

Metode Penelitian

Riset ini memberikan gambaran tentang riset mengenai deskriptif kuantitatif, yang berusaha mengukur derajat dua variabel atau lebih yang memiliki hubungan. Filosofi positifis dari penelitian kuantitatif ini didasarkan pada pemeriksaan terhadap populasi atau sampel tertentu. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Berikut ini merupakan kerangka Penelitian dari penelitian yang penulis lakukan, yakni sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: hasil observasi peneliti, 2023

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian seberapa baik suatu instrumen dibuat untuk mengukur suatu pengertian tertentu yang seharusnya diukur, menurut Sekaran dan Bougie (2009). Alat ukur yang menghasilkan data (pengukuran) yang akurat disebut sebagai instrumen yang valid. Pada penelitian ini, korelasi product-moment Pearson digunakan sebagai alat untuk menguji validitas item survei. Menurut Sugiyono (2018), Korelasi harus memiliki nilai signifikan minimal 0,05 agar dianggap valid.

Uji Reabilitas

Sugiyono (2018) berpendapat bahwa suatu instrumen dianggap dapat diandalkan jika secara konsisten menghasilkan hasil yang sama ketika digunakan untuk mengukur hal yang sama selama periode waktu tertentu. Pada penelitian ini digunakan uji statistik Cronbach's alpha, dan suatu variabel dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach's alpha > 0,6.

Uji Normalitas

Untuk menentukan apakah data penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak, data yang diperoleh terlebih dahulu harus diperiksa normalitasnya. Uji normalitas diagram plot menggunakan SPSS 27 for Windows.

Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan apakah variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya dalam satu model sama satu sama lain, maka dilakukan uji multikolinearitas. VIF (Variance Inflation Factor) digunakan dalam penelitian ini untuk menguji multikolinearitas, dengan disclaimer bahwa jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih rendah dari 10 maka data tidak menunjukkan multikolinearitas.

Analisis Regresi Berganda

Pengaruh faktor independen (kualitas produk dan kemandirian iklan media umum) terhadap variabel dependen (minat beli pelanggan) diukur dengan menggunakan regresi berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_nX_n$$

Uji F dan Uji T

Kajian Uji T dapat diaplikasikan untuk melihat apakah punya kaitan yang signifikan pada variabel independen (kesuksesan media sosial serta kualitas dari produk) dan variabel dependen (pembelian). Dan dengan menggunakan statistik-F, penelitian uji F digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan kombinasi antara variabel independen dan dependen.

Koefisien Determinasi (R²)

Indikator statistik seberapa baik variabel independen menjelaskan variabel dependen adalah koefisien determinasi (R²). Kata "R Square" digunakan untuk mengidentifikasi koefisien ini dalam tabel Model Summary dari hasil SPSS. Saat melakukan regresi linier berganda, disarankan untuk menggunakan Adjusted R Square yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Produk Sanjai Rina dijual di Kota Payakumbuh, dan pelanggan puas dengan kualitas produk, kualitas layanan, dan layanan pelanggan.

Kualitas Produk

Lokasi merujuk pada beragam kegiatan pemasaran yang berupaya mempermudah dan memperlancar pengiriman atau distribusi barang produsen ke konsumen dengan pelayanan (Tjiptono, 2015). Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa lokasi Sanjai Rina di Kota Payakumbuh kategori yang bagus dan strategis.

Kualitas Pelayanan

Menurut Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020) kualitas layanan adalah pemahaman tentang kualitas pelayanan, yang kemudian berkembang menjadi kemampuan untuk digunakan dan sesuai dengan permintaan. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan kualitas pelayanan pada Sanjai Rina sudah memiliki kualitas pelayanan yang diharapkan oleh semua pelanggan atau Konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Ismail Razak (2019) kepuasan Pelanggan adalah pandangan seseorang terhadap kinerja sebuah layanan atau produk yang berkaitan dengan harapan konsumen. Berdasarkan Penelitian ini Sanjai Rina memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang termasuk kategori baik.

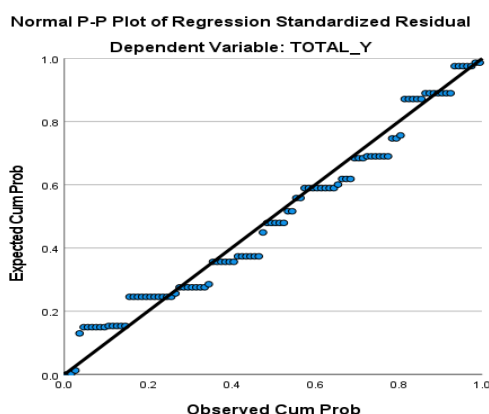
Uji Validitas

Untuk melihat apakah sebuah data valid atau tidak maka yang akan dilakukan yaitu melakukan perbandingan R hitung dengan R tabel, apabila R hitung > R tabel (0,361). Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan SPSS maka didapati bahwa semua data X1, X2, dan Y yang di dapat dari hasil output yang dikeluarkan oleh SPSS dapat dikatakan Valid karena seluruh data secara bersama-sama memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan nilai R tabel (0,361).

Uji Reabilitas

Untuk melihat apakah sebuah data reabilitasi atau tidak maka dapat dilakukan cara yaitu dapat dikatakan reabilitasi apabila nilai Alpha pada data $> 0,6$. Pengujian dengan SPSS telah berhasil maka didapatkan bahwa semua data X1, X2, dan Y yang ada dapat dikatakan **reabilitas** karena seluruh data secara bersama-sama memiliki nilai lebih besar dibanding nilai $> 0,6$

Uji Normalitas



Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2023

Dapat diketahui dari gambar diatas menunjukkan bagaimana titik-titik disusun dalam lingkaran di sekitar garis. Sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.734	.915	.803	.424		
	TOTAL_X1	.699	.074	.671	<.001	.460	2.176
	TOTAL_X2	.217	.059	.262	<.001	.460	2.176

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Nilai toleransi variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas produk ditunjukkan pada tabel di atas adalah $0,460 > 0,10$, VIF 2,176 $< 10,00$, dan variabel pengukur kualitas layanan $0,460 > 0,10$, VIF 2,176 $> 0,10$ sehingga mencegah terjadinya multikolinearitas pada data.

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.734	.915		.803	.424		
	TOTAL_X1	.699	.074	.671	9.472	<.001	.460	2.176
	TOTAL_X2	.217	.059	.262	3.693	<.001	.460	2.176

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

$$Y = 0,734 + 0,699X1 + 0,217X2 + + \epsilon$$

Penjelasan tersebut dapat ditarik dari persamaan regresi di atas: A = Tetap = 0,734 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian akan bernilai 0,734 jika variabel kualitas produk, harga, dan iklan memiliki nilai konstan. B1 = 0,699 yang merupakan koefisien regresi kualitas produk (X1). Menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk meningkat maka variabel keputusan untuk pembelian juga akan naik sebesar 0,699. Koefisien regresi harga (X2): b2 = 0,217 menunjukkan bahwa peningkatan variabel harga akan menyebabkan peningkatan variabel keputusan pembelian sebesar 0,217. ϵ = Aspek lain yang tidak diperhatikan.

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405.848	2	202.924	168.378	<.001 ^b
	Residual	116.902	97	1.205		
	Total	522.750	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Rumus mencari F tabel

$$DF1 = 2$$

$$DF2 = 100 - 3 = 97$$

F Hitung > F tabel

$$168.278 > 3,09$$

Dilihat dari nilai signifikansi pada tabel $0,001 < 0,05$, yang berarti bahwa setiap variabel X1 dan X2 memiliki dampak terhadap variabel Y. diketahui dari tabel, hasil f hitung lebih besar ($>$) nilai f tabel sebesar $168.278 > 3,09$. Ini berarti kualitas pelayanan dan kualitas produk (X1 dan X2) memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan).

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.734	.915		.803	.424	
	TOTAL_X1	.699	.074	.671	9.472	<.001	.460
	TOTAL_X2	.217	.059	.262	3.693	<.001	.460

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hal tersebut jelas variabel kualitas produk (X1) diperoleh signifikansi t kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan t hitung $9,472 > t$ tabel sebesar 1,984 ($9,472 > 1,984$), yang berarti H01 ditolak dan Ha1 diterima. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan terhadap kualitas produk (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y). *Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)*

Terlihat dari tabel di atas bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki signifikansi t kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan t hitung $> t$ tabel sebesar 1,984 ($3,693 > 1,984$). Alternatifnya, jika H02 ditolak dan Ha2 diperbolehkan, berarti kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Koefisiensi determinan R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.772	1.09780

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berlandarkan output yang telah dikenali angka R Square yaitu 0.776 bahwa dapat diartikan variable yang mempengaruhi X1 dan X2 secara simultan kepada variable Y yaitu sebanyak 77.6%. Dan

Kesimpulan

Dari analisis yang peneliti lakukan pada Sanjai Rina Kota Payakumbuh, jadi dapat ditarik kesimpulan dari analisis di atas:

1. Hasil Pertama menyatakan kualitas produk (X1) mempunyai dampak yang positif dan mempunyai dampak terhadap Kepuasan Pelanggan yang dilakukan pada uji T pada produk Sanjai Rina di Kota Payakumbuh.
2. Hasil Kedua menunjukkan Kualitas Pelayanan (X2) yang di uji secara parsial (uji t) berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan yang dilakukan pada uji T pada produk Sanjai Rina di Kota Payakumbuh.

Daftar Pustaka

- Abdurrahim, Tanady, H., Ekowati, D., Nawarcono, W., & Pratomo, A. B. (2023). ANALISIS PERAN HARGA, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PRODUK KONVEKSI. 6, 1302–1307.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA. 13(2), 99–118.
- Ariella, I. R. (2018). “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MAZELNID.” 3.
- Bahar, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. November. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. . (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). 4(1), 109–119.
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. 7, 17–32.
- Erpurini, W., Alamsyah, N., & Kencana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Lazada. 3(4), 763–767. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1524>
- Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. 9(1), 21–30.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang. 5(1), 19–28.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2017). PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa. 2(2), 115–129.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome. 2(1), 1267–1283.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT . AIR MANADO. 6(3), 1658–1667.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga. 3(2), 134–146.
- Montang, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN KAWAN BARU. 15(05), 678–689.
- Razak, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. 7(2).

- Santoso, J. B. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN). 16(01), 127–146.
- Setyo, P. E. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN “BEST AUTOWORKS.”
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH. 21(040), 157–168.
- Suari, T. M. Y., Telagawathi, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. 5(1), 26–33.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN D’BESTO MANGUN JAYA 2 TAMBUN SELATAN). 26(01), 105–122.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. 3, 11–18