

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buah Risman di Pasar MMTC Medan

Mahya Sabilillah*, Putri Sandrina Sitompul, Radhika Narwastu, Nafidza Shadrina

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan Sumatera Utara

Corresponding Author: sabilillahmahya@gmail.com,
sitompulputrisandrina@gmail.com, radhikanarwastu5@gmail.com, nafiza44317@gmail.com

Informasi Artikel:

Received: 16 Oktober 2023, Accepted: 21 Oktober 2023, Published: 23 Oktober 2023

Abstract

This study aims to analyse the effect of service and product quality on customer satisfaction at Risman fruit shop in the MMTC Medan market. The research method used is quantitative research involving 35 respondents. This study uses multiple linear regression as an analytical tool to see the effect of each variable. Service quality indicators are tangibility, reliability, responsiveness, empathy and service assurance. This study's product quality indicators are product freshness, product presentation and taste quality. Customer satisfaction indicators are the conformity of expectations and reality, the interest in repurchasing, and the willingness to recommend. The results showed that service quality and product quality significantly influence customer satisfaction. These findings imply the importance of improving service and product quality to increase customer satisfaction at Risman fruit shop. This study provides valuable insights for similar business owners and marketing managers to improve relationships with customers and enhance business performance.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Service Quality

1. Pendahuluan

Kegiatan perdagangan dapat terjadi karena masyarakat berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perdagangan menjadi faktor yang cukup besar dalam perekonomian dari dulu hingga sekarang. Perdagangan akan menjadi industri yang akan selalu mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu.

Selain tempat untuk berdagang pasar juga menjadi tempat bagi masyarakat untuk berinteraksi secara sosial. Pasar tentu memiliki peranan yang penting dalam kehidupan manusia, sejatinya pasar sudah menyatu dengan hiruk pikuk kehidupan masyarakat. Kita mengenal pasar tradisional memiliki banyak penjual yang rata-rata cara mengelolanya tanpa campur tangan teknologi yang maju dan memumpuni. Para pedagang di pasar tradisional juga terdiri dari golongan menengah kebawah dengan waktu berjualan mulai dari subuh sampai sore atau malam hari.

Berkembangnya perekonomian secara terus-menerus mengakibatkan tingginya persaingan para

pelaku usaha. Para pelaku usaha pun mengusahakan segala cara agar dapat memperoleh keuntungan yang besar tanpa memikirkan etika dalam menjalankan usahanya. Hal ini tentunya berimbas negatif terhadap konsumen.

Persebaran buah-buahan yang mudah untuk didapat membuat para pedagang banyak yang tertarik untuk menjual buah-buahan. Rata-rata semua golongan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa pastilah mengonsumsi buah-buahan karena memiliki nutrisi serta vitamin untuk tubuh. Selain murah dan terjangkau buah juga penyeimbang asupan gizi manusia.

Seperti yang kita ketahui jika buah-buahan memiliki kadar ketahanan yang kurang baik sehingga buah cepat busuk dan tidak tahan lama. Banyak pelanggan yang kecewa dengan kualitas buah yang tidak bertahan lama, pelanggan buah sering mengeluh tentang kualitas buah yang tiap harinya berbeda cenderung memburuk, padahal kualitas pada produk adalah faktor penting bagi kepuasan pelanggan.

Mendapatkan banyak keuntungan serta keberhasilan dalam berbisnis adalah faktor yang diinginkan dalam membangun suatu usaha. Pelaku usaha haruslah memperhatikan dan memperhitungkan banyak faktor untuk dapat mencapai suatu keberhasilan. Kita tahu keberhasilan dalam suatu usaha tidaklah terlepas dari adanya kepuasan konsumen. Dalam membangun sebuah usaha kepuasan konsumen adalah faktor yang penting. Sebagai pelaku usaha kita perlu menilai kepuasan konsumen dan menaikkan ekspektasi konsumen. Jika konsumen merasa puas maka konsumen dapat menjadi pelanggan setia kita. Upaya yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memilih produk yang berkualitas dan meningkatkan kualitas dalam pelayanan. Akan menjadi pertimbangan para konsumen dalam memilih suatu produk jika produk yang disajikan berkualitas (Alfath, 2017). Selain kualitas produk, ada juga kualitas pelayanan yang haruslah diperhatikan para pelaku usaha. Sangatlah penting adanya kualitas dalam pelayanan untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Sukmawati, 2018). Pelayanan yang baik dan berkualitas akan menjadi pilihan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha (Evyanto, 2022).

Toko Buah Risman merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menyediakan berbagai jenis buah-buahan segar sebagai produk utamanya. Toko Buah Risman ini berlokasi di Pasar Buah MMTC, Pancing, Jl. Williém Iskandar, Desa Medan Estate. Toko Buah Risman sendiri menjual buah-buahan lokal. Buah-buahan sendiri memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan tentunya memiliki peranan penting bagi perkembangan pertanian (Widiyanto, 2016). Toko Buah Risman harus dapat menciptakan dan mempertahankan konsumen yang puas dan loyal. Tidak ada sejatinya usaha yang sukses dan bertahan lama selain karena adanya konsumen yang puas. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis kepuasan konsumen di Toko Buah Risman sebagai acuan untuk menyusun strategi pemasaran agar penjualan toko semakin meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh dari kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja buah di Toko Buah Risman.

2. Literature Review

2.1 Kualitas Pelayanan

Bersumber dari Kamus Umum Bahasa Indonesia kata pelayanan berasal dari kata dasar layan dan melayani, yang berarti meladeni, menyajikan setiap kebutuhan orang lain (Batinggi, 2014). Sementara itu ada pendapat dari S. Lukman dan Moenir yang mengatakan jika pelayanan itu

adalah urutan kegiatan dalam interaksi langsung antar individu dengan orang lain atau dengan mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan (Batinggi, 2014). Kualitas pelayanan itu seperti tindakan atau perbuatan individu juga organisasi yang tujuannya memberi kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan, (Kasmir, 2017). Kualitas pelayanan berfokus dalam hal melengkapi kebutuhan juga persyaratan, serta pada ketepatan waktu dalam memenuhi keinginan tiap-tiap pelanggan (Arianto, 2018). Indikator kualitas pelayanan yang digunakan yaitu tangibilitas, reliabilitas, responsiveness, empati dan assurance pelayanan (Parasuraman et al., 2001)

2.2 Kualitas Produk

Kualitas produk sejatinya merupakan hal yang ditawarkan oleh produsen agar dapat diperhatikan, dapat digunakan, dapat dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan takaran yang diinginkan para konsumen (Miguna & Nurafifah, 2020). Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat dalam produk yang dideskripsikan juga digunakan untuk memenuhi harapan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan kepada penjual. Kualitas produk adalah hal yang dapat kita tawarkan atas harga yang diberikan konsumen. Adapun indikator kualitas produk dalam penelitian ini yaitu kesegaran produk, penyajian produk dan kualitas rasa (Tjiptono & Chandra, 2006).

2.3 Kepuasan Pelanggan

Ukuran suatu kepuasan itu dapat diketahui dengan adanya perasaan kecewa dan senang yang timbul. Begitu juga untuk kepuasan konsumen saat menggunakan produk. Mereka akan kecewa jika produk yang disajikan tidak sesuai dengan harapan mereka. Konsumen yang merasa puas akan senang dan tidak akan kecewa jika produk sesuai dengan harapannya. Perasaan tersebut dapat diketahui melalui pemakaian produk yang dilakukan konsumen, biasanya konsumen akan melakukan perbandingan pada produk sejenis sehingga terciptanya kesan baik atau buruk, jika memiliki kesan baik berarti perusahaan memiliki produk dan layanan yang baik. Sebaliknya jika memiliki kesan buruk berarti konsumen tidak puas atas produk ataupun pelayanan yang diberikan produsen. Kepuasan pelanggan merupakan keadaan yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika pelanggan tersebut menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan kenyataan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono & Chandra, 2006). Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi segala kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu produk atau jasa. Jika memiliki produk atau jasa yang terbaik, berkualitas maka akan jadi incaran pelanggan. Indikator dari kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian harapan dan kenyataan, adanya minat pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan. (Tjiptono, 2004)

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat diukur secara numerik, menganalisis data tersebut dengan menggunakan statistik, dan menghasilkan temuan yang dapat dijelaskan dengan angka atau statistik. Penelitian kuantitatif banyak dipakai terutama untuk mengembangkan teori untuk suatu disiplin ilmu. Penggunaan pengukuran disertai analisis angka pada penelitian serta mengimplikasikan bahwa penelitian ini menggunakan metode

kuantitatif (Arsyam & Tahir, 2021). Penelitian yang dilakukan menggunakan variabel dependennya terdiri dari kepuasan konsumen dan variabel independennya yang terdiri dari kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bersifat empiris kuantitatif dimana penelitian ini dilakukan secara sistematis pada bagian-bagian, fenomena dan kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda sebagai alat analisis untuk melihat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X₁), kualitas produk (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.2 Populasi dan Sampel

Penting dalam penelitian menetapkan populasi penelitian dan sampel penelitian agar penelitian dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Radjab & Jam'an, 2017). Populasi dapat kita temui dari seluruh kelompok manusia yang memenuhi kriteria menjadi objek dalam penelitian. Populasi dikenal sebagai objek yang dipilih dalam penelitian, objek tersebut tentunya memiliki ciri khas dan kualitas tertentu kemudian digunakan penulis sebagai objek penelitian (Sugiyono, 2016). Toko Buah Risman yang buka 24 jam dengan jumlah populasi yang banyak dan tidak diketahui secara jelas, membuat peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel incidental, sehingga peneliti yang secara kebetulan bertemu pelanggan yang cocok dijadikan sebagai sumber data, maka dipilih sebagai sampel. Responden yang digunakan yaitu 35 pelanggan dari Toko Buah Risman di pasar MMTC Medan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu cara yang digunakan untuk menghimpun informasi atau data dari sumber-sumber tertentu dengan tujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data tersebut. Pada penelitian ini menggunakan data primer dan skunder, data yang digunakan dalam penelitian berupa data hasil wawancara langsung, hasil survei, dan kuesioner terhadap responden.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Dari hasil responden yang kami dapat dari penelitian Toko Buah Risman sebanyak 35 responden dengan hasil persentase sebanyak 100% dimana seluruh responden tersebut dari kalangan perempuan dan laki-laki dari remaja sampai dewasa serta lansia. Setelah kami teliti dari segi umur, kebanyakan pembeli di Toko Buah Risman berasal dari kalangan remaja dan dewasa sebanyak 76% serta 24% lainnya dari kalangan lansia. Hal ini dikarenakan Toko Buah Risman berada di pasar MMTC yang berlokasi di sekitar perguruan tinggi seperti Universitas Negeri Medan, Universitas Medan Area, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan Universitas Amir Hamzah juga dekat dengan tempat tinggal mahasiswa. Hal ini yang membuat sebagian besar pembeli Toko Buah Risman berasal dari kalangan remaja dan dewasa karena anak kost juga harus menerapkan hidup sehat dengan mengonsumsi buah-buahan.

4.1.2 Analisis Data

Analisis data adalah tahapan menyusun dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan

satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis penelitian seperti yang disarankan oleh data (Meleong, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 35 pelanggan. Keseluruhan hasil uji akan terlihat dari tabel yang akan disajikan.

4.1.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk mengetahui apakah suatu alat ukur yang digunakan valid (sahih) atau tidak valid (Janna & Herianto, 2021). Pengambilan kesimpulan hasil uji validitas dapat dilihat:

- Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka dikatakan bahwa data tersebut valid.
- Jika nilai r hitung $\leq r$ tabel, maka dikatakan bahwa data tersebut tidak valid.

Kriteria untuk pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan r table pada dua taraf, yaitu mengacu pada (rumus $df = n - 2$) dengan nilai signifikansi 5% (0,05) sehingga dapat ditemukan r table = 0,3338. Seluruh pertanyaan pada kuesioner memiliki r hitung $> r$ table (0,3338).

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Penjual melakukan pelayanan dengan sikap yang baik kepada pelanggan	0,863	0,3338	Valid
	Konsistensi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari awal sampai akhir pada proses pembelian.	0,866		Valid
	Respon penjual pada saat anda membeli buah.	0,891		Valid
	Tanggapan penjual saat anda komplain dengan produknya.	0,822		Valid
	Jaminan yang di berikan penjual kepada pelanggan saat membeli buah di Toko Buah Risman.	0,864		Valid
Kualitas Produk	Kesegaran buah yang ada Toko Buah Risman untuk di konsumsi.	0,924	0,3338	Valid
	Tata letak buah yang disajikan di Toko Buah Risman	0,871		Valid
	Kualitas rasa buah yang ada Toko Buah Risman	0,940		Valid
Kepuasan Pelanggan	Anda merasa puas atas harga jual yang diberikan Toko Buah Risman.	0,841	0,3338	Valid
	Anda merasa puas dengan kualitas produk yang dijual di Toko Buah Risman.	0,789		Valid

Anda akan merekomendasi produk buah pada Toko Buah Risman	0,808	Valid
---	-------	-------

4.1.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas sebagai alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut akan diulang. Alat ukur dikatakan reliabel apabila menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran terus-menerus (Janna & Herianto, 2021). Pengambilan kesimpulan hasil uji reliabilitas dapat dilihat:

- Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$, maka dikatakan bahwa data tersebut reliabel
- Jika nilai Cronbach Alpha $\leq 0,60$, maka dikatakan bahwa data tersebut tidak reliabel

Pada setiap variabel pada penelitian diperoleh nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Hal tersebut yang menunjukkan bahwa kuesiner tersebut valid dan reliabel digunakan pada penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,912	Reliabel
Kualitas Produk	0,897	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,826	Reliabel

4.1.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Siregar, 2017). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat:

- Jika nilai signifikan atau Sig. $> 0,05$, maka dikatakan bahwa data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikan atau Sig. $\leq 0,05$, maka dikatakan bahwa data berdistribusi tidak normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
N		35	35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.6286	12.0000	12.0000
	Std. Deviation	2.42876	3.22650	3.37334
Most Extreme Differences	Absolute	.156	.136	.135
	Positive	.156	.136	.135

	Negative	-.149	-.122	-.122
Test Statistic		.156	.136	.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.031 ^c	.103 ^c	.107 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,107 lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data ketiga variabel yang diuji dinyatakan berdistribusi normal.

4.1.2.4 Uji Homogenitas

Uji homogenitas ini digunakan untuk bahan acuan dalam menentukan keputusan uji statistik. Menurut (J. Widiyanto, 2010) dasar atau pedoman dalam pengambilan keputusan uji homogenitas ialah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikan atau Sig. < 0,05, maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama (tidak homogen).
- Jika nilai signifikan atau Sig. $\geq$ 0,05, maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama (homogen).

Tabel 4 Hasil Uji Homogenitas

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kepuasan Pelanggan	Based on Mean	,823	12	55	,627
	Based on Median	,183	12	55	,999
	Based on Median and with adjusted df	,183	12	18,000	,998
	Based on trimmed mean	,205	12	55	,998

Berdasarkan hasil output tabel di atas, variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai signifikansi lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,627 menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah homogen dan variabel Kualitas Produk diperoleh nilai signifikansi lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,999 menunjukkan variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah homogen.

4.1.2.5 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis untuk melihat nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat sehingga dapat mengetahui ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. (Sugiyono, 2016). Untuk dapat mengetahui pengaruh antar variabel pada penelitian ini menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan uji f untuk mengetahui pengaruh secara simultan.

4.1.2.5.1 Uji t

Uji t merupakan jawaban sementara dalam rumusan masalah, yaitu yang menanyakan adakah pengaruh antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk

mengetahui korelasi atau hubungan dari kedua variabel yang sudah diteliti (Sugiyono, 2016). Pengambilan kesimpulan hipotesis dari hasil uji t dapat dilihat:

- Diketahui nilai sig. $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X_1 atau X_2 terhadap variabel Y .
- Diketahui nilai sig. $\geq 0,05$ dan nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 tidak diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X_1 atau X_2 terhadap variabel Y .

Tabel 5 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	2.566	.024	105.814	.000
	Kualitas Pelayanan	.011	.001	20.346	.000
	Kualitas Produk	.770	.002	479.246	.000

Pada jumlah sampel 35 pelanggan dapat diketahui $t_{tabel} = t(\alpha/2; n - k - 1) = t(0,025; 32) = 2,03693$. Berikut hasil uji data t tabel:

- Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $20,346 > 2,03693$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

- Pengujian Hipotesis Pertama (H_2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $479,246 > 2,03693$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1 terhadap Y .

4.1.2.5.2 Uji F

Uji Koefisien Simultan (Uji F) bertujuan untuk melihat adakah pengaruh variabel independen secara simultan. (Sugiyono, 2016). Pengambilan kesimpulan hipotesis dari hasil uji t dapat dilihat:

- Diketahui nilai sig. $< 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh simultan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y .
- Diketahui nilai sig. $\geq 0,05$ dan nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 tidak diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh simultan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y .

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.882	2	6.941	116807.910	.000 ^b
Residual	.002	32	.000		
Total	13.884	34			

a. Dependent Variable: Y1

Pada jumlah sampel 35 pelanggan dapat diketahui $F_{\text{tabel}} = F(k; n-k) = F(2; 33) = 3,28$. Berdasarkan output di atas nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} yaitu $116807,910 > 3,28$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Risman Buah

Berdasarkan hasil dari pengujian, diperoleh hasil nilai sig. untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 20,346 > t_{\text{tabel}} 2,03693$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil ini juga searah dengan penelitian (Dwipayana & Mandala, 2022) dan (Sundari, 2020) yang hasil analisisnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung juga dari penelitian (Revansa & Munawaroh, 2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Risman Buah. Artinya jika Toko Risman Buah meningkatkan kualitas pelayanannya maka kepuasan para pelanggannya juga akan meningkat.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Risman Buah

Berdasarkan hasil dari pengujian, diperoleh hasil nilai sig. untuk pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 479,246 > t_{\text{tabel}} 2,03693$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Dwipayana & Mandala, 2022) dan (Revansa & Munawaroh, 2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Purnamasari, 2015) dengan judul penelitian Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 fashion online di Singaraja Tahun 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk M2 Fashion Online.

Pada penelitian ini disimpulkan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Risman Buah. Artinya jika Toko Risman Buah meningkatkan

kualitas produknya maka kepuasan para pelanggannya juga akan meningkat.

4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buah Risman

Berdasarkan hasil pengujian, Pada jumlah sampel 35 pelanggan dapat diketahui $F_{\text{tabel}} = F(k; n-k) = F(2; 33) = 3,28$. Berdasarkan output di atas nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} 116807,910 > F_{\text{tabel}} 3,28$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Basith, 2014) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sembiring, 2014) dengan judul penelitian Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini disimpulkan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Risman Buah. Artinya jika Toko Risman Buah meningkatkan kualitas produknya dan kualitas pelayanannya maka kepuasan para pelanggannya juga akan meningkat.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Risman Buah.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Risman Buah.
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Risman Buah.

Hal ini secara eksplisit menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan elemen penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai mutu dari jasa atau service yang dilakukan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sifat atau sikap dalam memberikan pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Widjoyo, 2014). Sementara itu kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa puas pada suatu produk atau sesuai yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya (Iliyas et al., 2021). Kedua hal tersebut harus berjalan beriringan dan tidak dapat dipisahkan seperti mata koin guna mencapai keberlangsungan atau kesuksesan suatu unit usaha yang bisa diukur oleh kepuasan pelanggan.

Saran kedepannya bagi Toko Buah Risman untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu tetap konsisten dalam sikap ramah tamah kepada pelanggan dan dapat berinovasi dalam memberikan pelayanan seperti memberi jasa pengirim buah atau bekerja sama kepada pihak jasa kirim agar pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke Toko Buah Risman dapat terbantu. Untuk

meningkatkan kualitas produk, Toko Buah Risman dapat selalu memantau kualitas buah jika buah sudah mulai membusuk maka buah sudah tidak layak lagi dijual dan jika bentuk buah sudah tidak bagus maka tidak layak dijual juga. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang baik pula.

References

- Alfath, N. B. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada UD Surya Alam di Pasar Segiri Samarinda. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*, 5(3), 755–769. <http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1620>
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arsyam, M., & Tahir, M. Y. (2021). Ragam Jenis Penelitian dan Perspektif. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 37–47. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.17>
- Basith, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 1–10.
- Batinggi, A. B. (2014). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bentang Belia. Yogyakarta 1-282.
- Dwipayana, M. K., & Mandala, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Kewajaran Harga terhadap Keputusan Pembelian. 11(5), 887–906. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i05.p02>
- Evyanto, W. (2022). Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Batam Auto Teknikarya. *Article*, 4(6), 1–10. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4822
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Iliyas, Dahmiri, & Nifita, A. T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Nikimi Mart Tebo). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(2), 99–110.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.1-274.
- Meleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Miguna, A., & Nurafifah, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Parasuraman, Berry, L., & Zeithaml, V. (2001). *Delivering Quality Service*. The Free Press. New York.
- Purnamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*

- Undiksha, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.6353>
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1st ed.). Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Revansa, R. R., & Munawaroh. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Sepatu Ditoko Mbak Al Pasar Desa Mojoduwur. 1(1), 1–10.
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang).
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 130–142.
- Sundari, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko syariah buah di pajak pagi Tanjung Rejo Setia Budii. *Repository Universitas Pembangunan Panca Budi*.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa* (1st ed.). Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2006). *Service, Quality and Satisfaction* (4th ed.). Andi Yogyakarta.
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS For Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. In Bp-Fkip Ums (Vol. 51).
- Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2016). Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Sikap Dan Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Di Kota Surabaya Dan Kota Malang Provinsi Jawa Timur. *Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 136–146.
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

