

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UD. PLASTIK BAGONG TRENGGALEK

Erva Riana Dewi; Sudjiono; Eni Prastiti
Fakultas Ekonomi – Universitas Kediri
E-mail : sudjiono@unik-kediri.ac.id

ABSTRACT

The study was conducted with the aim of knowing the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at UD. Plastik Bagong Trenggalek. The population is all consumers who come to UD. Plastik Bagong Trenggalek and the sample taken 40 respondents, with the Non-Probability Sampling method using the Accidental Sampling approach. The results showed that (1). Variable product quality (X_1) and service quality (X_2) have a positive effect on customer satisfaction at UD. Plastik Bagong Trenggalek. (2). Partially, product quality and service quality variables significantly influence consumer satisfaction. (3) Together, product quality and service quality variables have a significant effect on customer satisfaction at UD. Plastik Bagong Trenggalek.

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

ABSTRAK

Penelitian dilaksanakan dengan tujuan, mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek. Populasinya adalah seluruh konsumen yang datang ke UD. Plastik Bagong Trenggalek dan sampel yang diambil 40 responden, dengan metode Non-Probability Sampling memakai pendekatan Accidental Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek. (2). Secara parsial, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Secara bersama-sama, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini dengan banyaknya kegunaan dari plastik membuat perkembangan industri plastik di Indonesia semakin maju pesat sehingga perusahaan harus memperhatikan kualitas barang yang dihasilkan dengan tujuan menekan biaya dan menciptakan harga produk yang terjangkau oleh konsumen. Konsumen adalah unsur penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan, sehingga kualitas produk dan pelayanan harus diperhatikan oleh perusahaan, agar kepuasan konsumen terpenuhi.

Seiring dengan ketatnya perkembangan dalam suatu perusahaan, perusahaan dituntut untuk menciptakan kualitas produk serta pelayanan yang terbaik, melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk produknya agar perusahaan dapat berkembang dan bertahan lebih baik lagi serta mendapatkan keuntungan dan konsumen akan merasakan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk (Tjiptono, 2015: 25).

Usaha Dagang Plastik Bagong adalah satu-satunya usaha dagang plastik di Trenggalek yang memproduksi barangnya sendiri. UD plastik Bagong ini hanya memfokuskan pada produksi kantong plastik saja dan menggunakan merk Bagong sebagai merk khas dari kantong plastik hasil produksinya tersebut. Disini pemilik UD.Plastik Bagong selalu mengarahkan beberapa karyawannya untuk memberikan kualitas produk yang terbaik dari hasil produksinya. Namun ada sebagian produk yang mengimpor dari luar Trenggalek seperti tisu, baskom, kardus, toples, ember plastik dll. Dengan berbagai macam produk yang dijual di UD.

Plastik Bagong akan memberikan kepuasan konsumen untuk memilih produk dari plastik sesuai dengan yang konsumen inginkan. Setiap produk kedepannya harus selalu dilakukan pengembangan, agar produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Safi'I, Putra and Vitasmoro, 2019). Sama seperti pendapat yang diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk dalam Mulyadi Nitisusantro (2012:32), konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Berkembangnya usaha dagang plastik ini tentu tidak terlepas dari bentuk produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Karyawan dituntut memberikan pelayanan yang komprehensif dan profesional dalam memberikan pelayanan. (Yunanto, 2016) Bentuk produk dan pelayanan ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Usaha Dagang plastik Bagong di Trenggalek.

Adapun yang menjadi tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah, yaitu:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.

2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.
3. Mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk memuaskan konsumen.

Kotler dan Armstrong (2012:283) arti kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam mendemonstrasikan fungsinya, termasuk keseluruhan ketahanan, kehandalan, ketetapan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan serta atribut produk.

Menurut Kotler (2010:361), dimensi kualitas produk dapat dilihat atas dasar :

1. Bentuk (*form*), berkaitan dengan ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk
2. Ciri-ciri produk, berkaitan dengan karakteristik sekunder guna menambah fungsi dasar produk.
3. Kinerja (*Performance*), berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan ciri utama yang dipertimbangkan konsumen.
4. Ketetapan/kesesuaian (*Conformance*), berkaitan dengan kesesuaian spesifikasi produk dan keinginan konsumen.
5. Ketahanan (*Durability*), berkaitan dengan daya tahan suatu produk.
6. Kehandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemungkinan suatu produk menjalankan fungsinya untuk digunakan dalam periode waktu dan kondisi.
7. Kemudahan perbaikan (*Repairability*), berkaitan dengan kemudahan *servise* dan mudah diperbaiki sendiri oleh konsumen jika rusak.
8. Gaya (*Style*), berkaitan dengan kesan dan fisik produk
9. Desain (*design*), berkaitan dengan penilaian secara keseluruhan tampilan fisik dan fungsi produk.

Kualitas Pelayanan

Menurut Zeitham, Berry, dan Parasuratman (2010), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang diperoleh.

Menurut Olsen dan Wyckof yang dikutip oleh Yamit (2010) mendefinisikan secara umum dari kualitas pelayanan yaitu: "Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan".

Menurut Kotler (2012:284) kualitas pelayanan memiliki dimensi antara lain, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi feasibilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
5. *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler dan Keller, 2009:177), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Rangkuti (2011:131), kepuasan konsumen adalah reaksi terhadap kesesuaian tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Zulian Yamit (2010:78), menyatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dengan membandingkan apa yang dirasakan dan harapannya.

Konsumen yang melakukan pembelian ulang produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan adalah pelanggan dalam arti yang sebenarnya atau pelanggan yang merasa puas (Yamin, 2010: 27).

Menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen, dengan indikator :

1. *Re-purchase* : Pelanggan akan membeli ulang produk perusahaan
2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Pelanggan akan menyampaikan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Pesan yang disampaikan dapat berbentuk pesan yang sifatnya positif maupun negatif. (Ruhamak and Rahayu, 2016)
3. Menciptakan Citra Merk : Pelanggan akan kurang memperhatikan merk dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama: Pelanggan membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas permasalahan yang ada di dalam penelitian, yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H₁: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD.Plastik Bagong Trenggalek.
- H₂: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD.Plastik Bagong Trenggalek.
- H₃: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD.Plastik Bagong Trenggalek.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di UD. Plastik Bagong. Dengan menggunakan rumus dari (Joseph F. Hair, 1998) yaitu 15 atau 20 kali jumlah variabel bebas, maka jumlah sampel yang diambil sejumlah 40 responden. Pengambilan sampel .memakai teknik *non probability sampling*, dengan metode *accidental sampling*, yaitu metode penentuan sampel terhadap siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di waktu peneliti sedang melaksanakan penelitian di UD. Plastik Bagong Trenggalek.

Variabel Penelitian dan Cara Pengukuran

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua):

1. Variabel terikat atau *dependent variable*, yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

2. Variabel bebas atau *independent variable*, yaitu
 - a. Kualitas produk (X_1)
 - b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Untuk analisis permasalahan penelitian digunakan cara pengukuran dengan memberikan pernyataan didalam kuisisioner dan memberikan nilai dengan skala yang sama (Skala likert). Penentuan skornya didasarkan .atas jawaban:

- Sangat Setuju dengan skor 5
- Setuju dengan skor 4
- Ragu-ragu dengan skor 3
- Tidak Setuju dengan skor 2
- Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

Metode Pengumpulan Data

.Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Observasi*, merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung atas objek penelitian.
2. *Wawancara/interview*, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada narasumber
3. *Kuesioner*, yaitu daftar pertanyaan yang akan ditunjukkan kepada narasumber yang telah dirancang sebelumnya.

Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

- a. Uji .Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan kriteria jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2009).

- b. Uji Reliabilitas

Re.liabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2008:137). Kriteria adalah jika nilai Alpha Cronbach $> 0,6$, maka item yang digunakan adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji .Multikolinieritas

Uji .multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Menurut (Ghozali 2009), cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- Besarnya *Variabel Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 atau nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ maka model regresinya bebas Multikoneritas.

b. Uji .Heteroskedastisitas

Uji .heteroskedastisitas bertujuan melakukan tes terhadap model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pendeteksiannya dengan melihat Grafik .Plot, jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan melakukan .tes dalam model regresi, apakah residual memiliki distribusi normal, dengan memakai Uji statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S) yang dilakukan dengan kriteria :

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian yang dapat menunjukkan data normal diperoleh apabila nilai signifikasinya adalah $> 0,01$.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya gejala korelasi serial yaitu kondisi yang terdapat ketika residu tidak independen satu sama lain. Pendeteksiannya dengan melihat test statistik Durbin – Watson. (Ghozali, 2005:95)

3. Analisis Regresi Berganda

Tujuan .analisis ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di UD Plastik Bagong Trenggalek memakai persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independent terhadap variabel dependent, dengan kriteria:

- Jika signifikansi $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika signifikansi $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independent terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen). Langkah-langkah pengujian berdasarkan nilai signifikan adalah sebagai berikut:

- Bila nilai signifikan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- Bila nilai signifikan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kontribusi variabel independent dalam menerangkan variabel dependent. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent (Ghozali, 2009).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui validitas suatu variabel dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada sampel $n = 40$ sebesar 0,312

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan) dan Variabel Independen (Kualitas Produk dan Pelayanan)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Variabel Kualitas Produk			
X1.1	0,690	0,312	Valid
X1.2	0,648	0,312	Valid
X1.3	0,663	0,312	Valid
X1.4	0,759	0,312	Valid
X1.5	0,724	0,312	Valid
X1.6	0,738	0,312	Valid
X1.7	0,711	0,312	Valid
X1.8	0,732	0,312	Valid
Variabel Kualitas Pelayanan			
X2.1	0,774	0,312	Valid
X2.2	0,792	0,312	Valid
X2.3	0,712	0,312	Valid
X2.4	0,674	0,312	Valid
X2.5	0,735	0,312	Valid
X2.6	0,718	0,312	Valid
X2.7	0,762	0,312	Valid
X2.8	0,712	0,312	Valid
X2.9	0,761	0,312	Valid
X2.10	0,665	0,312	Valid
X2.11	0,706	0,312	Valid
Variabel Kepuasan Konsumen			
Y.1	0,672	0,312	Valid
Y2	0,773	0,312	Valid
Y3	0,759	0,312	Valid
Y4	0,765	0,312	Valid
Y5	0,720	0,312	Valid
Y6	0,773	0,312	Valid

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

b. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini batasan nilai *cronbach's alpha* adalah 0,70. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,70 maka nilainya kurang baik.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Jumlah item dalam kuesioner	Cronbach's alpha	Keputusan
1	Kualitas Produk	8	0,851	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	11	0,910	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	6	0,830	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji KS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56915791
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.062
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

Jika nilai *Asymp* signifikan (2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal

- b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

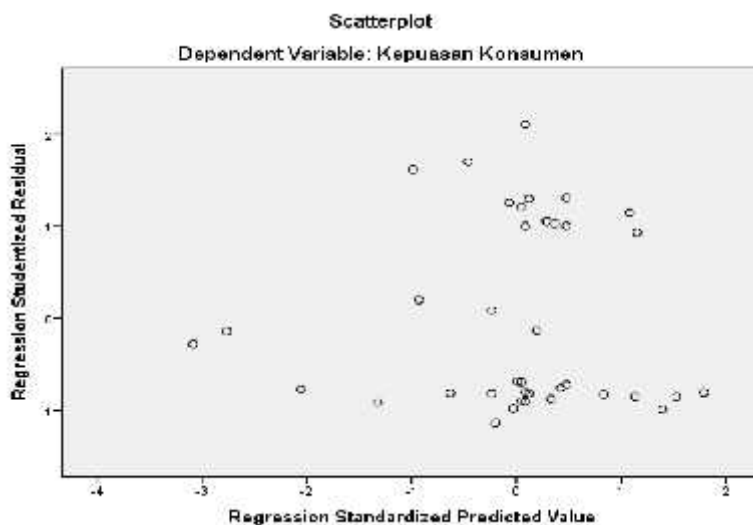
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	.719	1.391
Kualitas Pelayanan	.719	1.391

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
- Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

Pada tabel terlihat bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai VIF 1,391 dan kualitas pelayanan mempunyai nilai VIF 1,391. Nilai VIF semua variabel bebas < 10 dan tolerance > 0,10 yang menyatakan bebas dari asumsi multikolinieritas.

- c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

.Grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.807 ^a	.652	.633	1.61101	2.398

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

Dengan melihat tabel 5, nilai DW $_{hitung} > (du) = 1,600$ yang menunjukkan $1,600 < 2,398 < 2,400$, sehingga model bebas dari gejala autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.230	3.319	
Kualitas Produk	.522	.101	.590
Kualitas Pelayanan	.214	.076	.321

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,230 + 0,522X_1 + 0,214X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut di atas dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.947	2	89.973	34.667	.000 ^b
	Residual	96.028	37	2.595		
	Total	275.975	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

.Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD.Plastik Bagong Trenggalek.

b. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 8 : Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.230	3.319		1.717	.036
Kualitas Produk	.522	.101	.590	5.160	.000
Kualitas Pelayanan	.214	.076	.321	2.804	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

.Hasil pengujian secara parsial adalah sebagai berikut :

- Variabel .kualitas produk dengan nilai $t_{hitung} (5,160) > t_{tabel} (2,026)$ dan $Sig. (0,000) < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Dagang Plastik Bagong Trenggalek.
 - Variabel .kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} (2,804) > t_{tabel} (2,026)$ dan $Sig.(0,008) < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Dagang Plastik Bagong Trenggalek.
- c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 : Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.807 ^a	.652	.633	1.61101

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data primer yang diolah peneliti (2019)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai R^2 sebesar 0,652 yang menunjukkan bahwa adalah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 65,2% dan sisanya 34,8% dijelaskan variabel lain di luar penelitian ini

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Plastik Bagong Trenggalek

Hasil analisis uji t untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,160 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,026 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya .variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Kartika Nur Rachmawati (Rahmawati, 2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten” yang hasilnya bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas produk akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen, sebaliknya menurunnya kualitas produk akan menurunkan pula tingkat kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD Plastik Bagong Trenggalek

Hasil .analisa uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,804 > nilai t_{tabel} 2,026 dan nilai signifikansi 0,008 > 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil .penelitian ini juga selaras dengan penelitian Kartika Nur Rachmawati (Rachmawati, 2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten” yang hasilnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Makin tinggi kualitas pelayanan maka akan meningkat pula kepuasan konsumen, sebaliknya menurunnya kualitas pelayanan akan berakibat menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada UD Plastik Bagong Trenggalek

Hasil .analisis uji F untuk variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 34,667 > nilai F_{tabel} 3,24 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil .penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Tirra Ammerinda (Ammerinda, 2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Kecantikan Nadindra di Bandar Lampung” yang menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2009), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja dengan harapan-harapan mereka. Harapan konsumen akan menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Kunci agar perusahaan tetap eksis adalah kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya. (Aryani and Rosinta, 2010)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan .hasil penelitian yang telah diperoleh maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.
3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Plastik Bagong Trenggalek

Saran

1. Diharapkan pihak perusahaan untuk memperhatikan kualitas dari produk yang dibuat/diciptakan. Dengan kualitas produk yang baik akan dapat mempertahankan konsumen untuk melakukan pembelian ulang
2. Pihak perusahaan harus memperhatikan kualitas layanannya dengan lebih baik lagi. Inovasi peningkatan kualitas pelayanan diperlukan guna menjaring konsumen lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ammerinda, T. (2017) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra Di Bandar Lampung', *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung*.
- Aryani, D. and Rosinta, F. (2010) 'Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), pp. 114–126.
- Indriaty, D. and RAHARDJO, S. (2010) 'Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Puskesmas Gunungpati Semarang)'. Available at: <http://eprints.undip.ac.id/23165/>.
- Kartika nur rahmawati (2017) *pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedaibangsawan klaten*.
- Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*.
- Rahmawati, K. N. (2017) *No TitlePENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAIBANGSAWAN KLATEN*.
- Ruhamak, M. D. and Rahayu, B. (2016) 'Pengaruh Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare', *EKONIKA: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2).

- Sembiring, I. J. (2014) 'KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonald ' s MT . Haryono Malang)', 15(1), pp. 1–10.
- Setiawan heri, minarsih magdalena minarsih, fathoni azis (2016) 'Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening', 2(2).
- Safi'I, I., Putra, Y. P. and Vitasromo, P. (2019) 'Priority for improvement of mobile banking services using Kano model and QFD', *AIP Conference Proceedings*, 2114. doi: 10.1063/1.5112473.
- Widyananto Herobe, I. and Nurmahdi, A. (2014) 'analisis pengaruh kualitas produk, distribusi dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan perusahaan kemasan plastik PT. Jayatama Selaras', IV(3), pp. 286–298.
- Yahya, M. (2009) *pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen kedai kopi espresso bar solo, universitas sebelas maret*. doi: 10.2174/138920312803582960.
- Yunanto, Y. (2016) 'Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan disiplin kerja karyawan terhadap kepuasan pasien askes di pt askes kediri', *Ekonika*, 1(1), pp. 26–37. doi: <http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.3>.