

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOME INDUSTRI PANGESTU DI DESA BADAS SUMOBITO

*Lailatul fitriani**, *Roy Wahyuningsih***

STKIP PGRI JOMBANG

**lailatulfitriani533@gmail.com, **roystkipjb@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Home Industri Pangestu yang berlokasi di Badas, RT/RW 04/03, Desa Badas, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang, merupakan Usaha yang bergerak dibidang Makanan. Adapun permasalahan yang ada di home industri tersebut adalah banyaknya persaingan kualitas produk tahu antara penjual tahu satu dengan penjual tahu lain yang ada di pasar untuk itu pemilik industri ini memiliki ide untuk membuat produk yang berbeda dari tahu biasanya, home industri pangestu ini membuat produk yaitu tahu susu dengan bahan baku yang bagus sehingga dapat menciptakan produk berkualitas dan memberikan kepuasan pada pelanggan. Kondisi dilapangan berdasarkan fakta yang ada yaitu terjadi banyak pesaing antara pemilik home industri dapat dilihat dari segi kualitas produk maupun kualitas layanan sehingga seluruh pemilik home industri ini bersaing dalam mempertahankan kualitas produknya dengan cara menjaga kualitas rasa, tampilan produk, sedangkan dari kualitas layanan dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan kepada pelanggan dalam hal pembayaran setelah produk tersebut terjual semua, ada juga home industri melakukan sistem pembayaran secara langsung tanpa menunggu produk tersebut terjual semua. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode statistik kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyusun, dan menganalisis data yang ada dalam bentuk angka dengan tujuan untuk menggambarkan dengan menyimpulkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Home Industri Pangestu. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai signifikan $0,033 < 0,005$, terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai signifikan $0,036 < 0,005$ dan pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$ dengan nilai koefisien determinasi 0,460 artinya berpengaruh sebesar 46,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan kualitas Layanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Home Industri Pangestu di Desa Badas Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar hidup manusia. Oleh karena itu, kebutuhan terhadap konsumsi pangan akan terus meningkat dari tahun ketahun seiring dengan pertumbuhan penduduk salah satunya adalah tahu. Tahu merupakan makanan tradisional sebagian besar masyarakat di Indonesia, yang digemari hampir seluruh

lapisan masyarakat. Selain mengandung gizi yang baik, pembuatan tahu juga relative murah dan sederhana. Tahu memang populer di seluruh wilayah Indonesia, karena itu berkembanglah industri tahu di Indonesia. Salah satu industri tahu yang ada di Jawa Timur yaitu Home Industri Tahu Susu Pangestu yang berlokasi di Desa Badas, RT/RW 04/03, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang. Adanya industri tahu susu tersebut, memudahkan masyarakat sekitar dalam pemenuhan kebutuhan makanan berbahan baku kedelai dengan harga yang terjangkau pemilik home industry pangestu dalam proses pembuatan menggunakan kualitas bahan baku yang bagus, Selain membutuhkan kualitas bahan baku yang baik pemilik juga mempertimbangkan kualitas layanan yang baik dari pemilik usaha kepada pelanggan dengan cara memberikan kualitas produk yang aman, terjamin dan halal. Diharapkan dengan kualitas produk dan layanan yang baik dan maksimal dapat menimbulkan kepuasan pada diri pelanggan, factor kepuasan Pelanggan merupakan hal yang sangat penting yang harus dipertimbangkan untuk kemajuan usaha tahu susu tersebut.

Buttle (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu. Sedangkan menurut Carver (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh pengalaman belanja total telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kedua teori tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bisa dilihat dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk, pengalaman ini tentu pengalaman yang menyenangkan dan memberikan rasa puas yang bisa dirasakan oleh pelanggan. Parvez (2009) mengatakan bahwa untuk mengukur kualitas produk adalah salah satunya dengan cara Kemampuan perusahaan memenuhi harapan konsumen, Kemampuan perusahaan memberikan kepuasan melalui upaya perbaikan jasa.

Mempertahankan pelanggan berarti mengharapkan pelanggan melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu. Evans (2007) berpendapat mengenai kepuasan pelanggan menurut mereka kepuasan pelanggan terjadi ketika nilai dan layanan pelanggan yang disediakan melalui pengalaman ritel memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Teori ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan diibaratkan sebagai pertemuan antara nilai dan layanan pelanggan sehingga mencapai titik yang puas, ketika terjadi pertemuan tersebut maka pelanggan merasa puas.

Olson (2010) mengungkapkan tentang kepuasan pelanggan sebagai sejauh mana suatu produk atau jasa memberikan tingkat kesenangan akan konsumsi terkait pemenuhan kebutuhan, dengan kata lain sejauh mana kinerja produk melebihi harapan konsumen. Teori ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan terlihat ketika pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan cara mengonsumsi atau menggunakan kesenangan dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta memberikan manfaat lebih yang diterima oleh pelanggan. Pelanggan akan puas jika kinerja sesuai dengan harapan. Pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia apabila kinerja melampaui harapan, Kotler (1997). Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu usaha Tahu susu ,akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan

pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan kembali datang serta member rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pembelian produk di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Lupiyoadi (2006) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (Service Quality) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Sedangkan menurut Subihaini (2001) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected value). Jadi, kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia layanan (perusahaan), baik penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan. Apabila persepsi pelanggan atas layanan sesuai harapan maka kualitas layanan dianggap baik, namun jika persepsi pelanggan atas layanan tidak sesuai harapan maka kualitas layanan dianggap buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Adapun indikator kualitas layanan menurut Tjiptono (2012) antara lain : Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik.

Goetsch dan B. Davis (2000) mendefinisikan “Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen”. Goetsch dan B. Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk atau jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Definisi tentang kualitas layanan berasal dari perbandingan antara harapan pelanggan tentang layanan yang hendaknya mereka terima dengan layanan yang benar-benar telah mereka peroleh. Oleh karena itu, kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (Parasuraman dkk.,1988). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan kurang bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan disebut memuaskan. Oleh karena itu kualitas pelayanan sering diartikan sebagai perbandingan antara pelayanan sebagaimana yang diharapkan dengan persepsi kinerja aktual (Bloemer dkk,1999;p.1084).

Menurut American Society for Quality Control dalam Lupiyoadi, (2001), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Sedangkan menurut Tjiptono (2000), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Parasuraman dkk. (1988) mengartikan kualitas layanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada mereka. Harapan

para pelanggan dapat berasal dari informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lalu, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).

Menurut Irawan (2009), terdapat lima faktor pendorong terkait tingkat kepuasan pelanggan dalam produk jasa, kelima faktor pendorong tersebut adalah: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Luli Prandita (2013), yang mana diketahui terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas layanan.

Nur Wulandari (2013) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kopikita Semarang. Penelitian ini memperoleh hasil yaitu variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,324, kemudian di ikuti oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 0,305. Sedangkan variabel lokasi mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain sebesar 0,224. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Kondisi dilapangan berdasarkan fakta yang ada yaitu terjadinya banya pesaing antar pemilik home industri baik dilihat dari segi kualitas produk maupun kualitas layanan sehingga parapemilik home industri ini bersaing dalam mempertahankan kualitas produknya dengan cara menjaga kualitas rasa, tampilan produk, sedangkan dari kualitas layanannya dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan kepada pelanggan dalam hal pembayaran setelah produk tersebut terjual semua, ada juga home industri melakukan sistem pembayaran secara langsung tanpa menunggu produk tersebut tejual semua

Penelitian ini dilakukan di Home Industri Pangestuyang merupakan Usaha yang bergerak dibidang makanan. Adapun permasalahan yang ada di home industri tersebut adalah banyaknya persaingan kualitas produk tahu antara penjual tahu yang satu dengan penjual tahu lainnya yang ada di pasar untuk itu pemilik industri ini berpikiran untuk membuat produk yang berbeda dari tahu biasanya, home industri pangestu ini membuat produk yaitu tahu susu dengan bahan baku yang berkualitas sehingga dapat menciptakan yang berkualitas dan memberikan kepuasan pada pelanggan.

Produk pangestu yang berkualitas dapat memberikan dampak positif baik bagi pelanggan maupun bagi Home industri Pangestu itu sendiri, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus dapat memberikan produk yang paling baik dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009) mengatakan bahwa “kualitas produk merupakan proses produksi suatu barang, dimana kualitas produk yang diberikan olSalah satu bahan pertimbangan konsumen untuk membeli dan menggunakan suatu produk bergantung pada sejauh mana kualitas yang ditawarkan perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan”.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006). Sedangkan menurut Purnama (2006), kualitas produk adalah

kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

Penelitian ini dilakukan oleh Gst.Ayu Oka Windarti 2012 mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan nasabah Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (Kcu) Palembang. Berdasarkan penelitian yang dilakukannya maka didapatkan bahwa korelasi atau hubungan antara variable tangible, reliability, responseveness, assurance, dan emphati yang merupakan variable independen dengan kepuasan nasabah yang merupakan variable dependen adalah kuat dan berpengaruh secarabersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCU Palembang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan home industri pangestu, dan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan home industri pangestu, serta untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan home industri pangestu.

Agar lebih mengarah dan memfokuskan pada permasalahan yang akan dibahas sekaligus menghindari persepsi yang lain mengenai istilah-istilah yang ada atau defenisi operasional, adapun istilah yang berkaitan dengan judul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Variabel kualitas produk (X1) yaitu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan Home Industri Tahu Susu Pangestu. Dimensi Kualitas Produk yang ada dalam batasan masalah, adalah: Kinerja (Performance), Fitur (Features), Keandalan (Reliability), Daya Tahan (Durability), Estetika (Aesthetics), jaminan (Assurance), untuk variabel kualitas layanan (X2) yaitu persepsi performa produk yang tercermin pada indikator kualitas layanan produk Home Industri Tahu Susu Pangestu. Indikator kualitas pelayanan adalah: Assurance (jaminan), Tangibles (bukti fisik), Empathy (empati), daya tanggap, serta Variabel Kepuasan Pelanggan(Y) yaitu penilaian pelanggan terhadap produk produk Home Industri Tahu Susu Pangestu atau layanan yang dibentuk oleh industry tahu susu dengan indikator kualitas produk, kualitas layanan, harga.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan metode statistik kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyusun, dan menganalisis data yang ada dalam bentuk angka dengan tujuan untuk menggambarkan dengan menyimpulkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan home industry pangestu. Subjek pada penelitian yaitu pelanggan yang ada di home industry pangestu, penelitian dilakukan mulai bulan April 2019 sampai dengan selesai, tempat penelitian dilakukan pada home industry pangestu yang berlokasi di Desa Badas RT/RW 04/03, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang. Metode pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, angket digunakan untuk pengambilan data dilapangan sebagai pelengkap penelitian, yang menjadi sasaran dalam penelitian adalah pelanggan maupun konsumen home industry pangestu, peneliti mengambil subjek penelitian sebanyak 30 responden. Kuesioner atau angket dibuat berdasarkan indikator tiap variabel dengan jumlah pernyataan masing-masing 3-4 perindikator, analisis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk

dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji T, dan Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 1 hasil uji validitas dan reliabilitas

| Variabel | Korelasi (r) | | | | Koefisien | |
|-------------------------------|--------------|-------|----------------|-------|------------------|----------|
| | Koefisien | Sig | $\alpha = 5\%$ | Arti | Cronbach's Alpha | Arti |
| Kualitas Produk(X1) | | | | | | |
| 1 | 0.647 | 0.000 | 0,05 | Valid | 0.632 | Reliabel |
| 2 | 0.456 | 0.011 | 0,05 | Valid | | |
| 3 | 0.489 | 0.006 | 0,05 | Valid | | |
| 4 | 0.423 | 0.020 | 0,05 | Valid | | |
| 5 | 0.713 | 0.000 | 0,05 | Valid | | |
| Kualitas Layanan (X2) | | | | | | |
| 1 | 0.569 | 0.001 | 0,05 | Valid | 0.730 | Reliabel |
| 2 | 0.403 | 0.027 | 0,05 | Valid | | |
| 3 | 0.375 | 0.041 | 0,05 | Valid | | |
| 4 | 0.514 | 0.004 | 0,05 | Valid | | |
| 5 | 0.759 | 0.000 | 0,05 | Valid | | |
| 6 | 0.781 | 0.000 | 0,05 | Valid | | |
| 7 | 0.715 | 0.000 | 0,05 | Valid | | |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | | | | | | |
| 1 | 0.741 | 0.000 | 0,05 | Valid | 0.675 | Reliabel |
| 2 | 0.637 | 0.000 | 0,05 | Valid | | |
| 3 | 0.371 | 0.044 | 0,05 | Valid | | |
| 4 | 0.558 | 0.001 | 0,05 | Valid | | |
| 5 | 0.723 | 0.000 | 0,05 | Valid | | |
| 6 | 0.544 | 0.002 | 0,05 | Valid | | |
| 7 | 0.490 | 0.006 | 0,05 | Valid | | |
| 8 | 0.490 | 0.006 | 0,05 | Valid | | |
| 9 | 0.472 | 0.008 | 0,05 | Valid | | |

Tabel 1 menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan untuk variabel adalah valid karena beada diatas nilai signifikan sebesar 0,05 sehingga butir instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel peneliti. Hasil uji reliabilitas pada tabel 1 nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan masing-masing variabel beada pada nilai kritis yang disarankan.Ukuran yang dipakai untuk menunjukkan pernyataan tersebut reliable,apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ (Suharsimi Arikunto, 2002).

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas data

| Variabel | Nilai <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | Keterangan |
|-----------------|-------------------------------------|------------|
| KualitasProduk | 0.941 | Normal |
| KualitasLayanan | 0.941 | Normal |

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai sebaran distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Asymp. Sig. (2-*

tailed) pada variabel kualitas produkyaitu $0.941 > 0,05$; variabel kualitas layanan $0.941 > 0,05$.

Uji multikolineritas

Pengujian multikolineritas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Antar variabel bebas dikatakan tidak terjadi multikolineritas apabila nilai *tolerance* $\geq 0,01$ dan $VIF \leq 10$.

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 12.808 | 6.029 | | 2.125 | .043 | | |
| kualitasproduk(X1) | .334 | .148 | .387 | 2.249 | .033 | .677 | 1.477 |
| kualitaslayanan(X2) | .328 | .149 | .380 | 2.209 | .036 | .677 | 1.477 |

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan(Y)

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki nilai $VIF < 10$, artinya tidak terjadi mltikolinieritas antar variabel bebas dalam persamaan regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2008:41) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, salah satu cara untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glesjer, yaitu meregresikan nilai residual dengan variabel bebas yang ada. Apabila nilai $Sign > 0,05$, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -1.628E-16 | 6.029 | | .000 | 1.000 |
| kualitasproduk (X1) | .000 | .148 | .000 | .000 | 1.000 |
| kualitaslayanan (X2) | .000 | .149 | .000 | .000 | 1.000 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil uji Heteroskedasitas data Kualitas Produk (X1) dan Kualitas layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 1.000 dimana $1.000 > 0,05$ maka kedua variabel bebas tersebut tidak terjadi gejala heteroskedasitas dalam model regresi dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas ($X_1 X_1$) dan variabel bebas ($X_2 X_2$) terhadap variabel terikat (Y).

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 12.808 | 6.029 | | 2.125 | .043 |
| kualitasproduk(X1) | .334 | .148 | .387 | 2.249 | .033 |
| kualitaslayanan(X2) | .328 | .149 | .380 | 2.209 | .036 |
| a. Dependent Variable: kepuasanpelanggan(Y) | | | | | |

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 12.808 + 0.334X_1 + 0.328X_2$

Dari persamaan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) = 12.808 Artinya, jika tidak ada variabel bebas mempengaruhi atau variable kualitas produk dan kualitas layanan dianggap sama dengan nol, maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan home industri pangestu di Desa Badas Kecamatan Sumobito sebesar 12.808
- 2) Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk (X_1) = 0.334 Artinya, jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0.334 satuan dengan asumsi variabel kualitas layanan nilainya tetap. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dan, kepuasan pelanggan
- 3) Koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan (X_2) = 0.328 Artinya, jika variabel kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel keberlanjutan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0.328 satuan dengan asumsi variabel kualitas produk nilainya tetap. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2 R^2)

Uji R^2 R^2 dapat digunakan untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .678 ^a | .460 | .420 | 1.611 |
| a. Predictors: (Constant), kualitaslayanan(X2), kualitasproduk(X1) | | | | |

Sumber: *Data diolah dari program SPSS*

Berdasarkan tabel *Model Summary* diatas, dapat diketahui bahwa nilai *RSquare* sebesar 0.460 atau 46,0% sehingga dapat disimpulkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan kualitas layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 46,0% sedangkan sisanya sebesar 54,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan Home Industri Pangestu. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa angka F sebesar 11.509 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Produk, kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Home Industri Pangestu, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel Kualitas Produk, kualitas layanan secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Home Industri Pangestu diterima.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat. dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak.
- b. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak sehingga H_a diterima.

Hasil perhitungan diperoleh :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk sebesar 2.249 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.703 dengan tingkat signifikan $0,033 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Home Industri pangestu, dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Layanan sebesar 2.209 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.703 dengan tingkat signifikan $0,036 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Home Industri pangestu, dengan demikian hipotesis dapat diterima

PEMBAHASAN

Kualitas produk dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Home Industri Pangestu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luli Prandita (2013), yang mana diketahui terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas layanan. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dibuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya dalam pengambilan maupun penjualan tahu hasil penelitian Kotler (2005) mengatakan bahwa Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat". Berdasarkan analisis dalam penelitian ini bahwa Ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan home industri pangestu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Goetsch dan Davis (2000) mengatakan bahwa "Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa ” Ada pengaruh antara variabel kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan”.Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa ” Ada pengaruh antara variabel kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan”.Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa “Ada pengaruh variabel kualitas produk dan dan kualitas layanan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan home industri pangestu”. Pemilik Home Industri Pangestu sebaiknya mempertahankan kualitas produk dengan cara meningkatkan kualitas baik dari produk maupun layanan. Misalnya dengan cara menjaga kualitas rasa, kemasan produk, dan dalam melayani pelanggan, pemilik juga harus mempertahankan kualitas layanan dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Misalnya dengan cara rama, tidak semena-mena dalam melayani pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Ayu Titissari,2017 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Kediri*, (Online). di akses pada 10 November 2018.
- [2]. Sulistyaningrum Utami, 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadapkepuasan Konsumen Di Restorankoki Tappanyaki Express, (Online),<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://eprints.uny.ac.id/42702/1/Utami%2520Sulistyaningrum%252010511244021.pdf&ved=2ahUKEwjilqXiz7jiAhUUiOYKHcaoC8oQFjABegQICBAI&usg=AOvVaw1GYWSy-Pb26eXBXVA6C6Pf> di akses Pada 26 Mei 2018.
- [3]. Puspitasari Linda, 2016 *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwakerto)*, (Online), http://repository.iainpurwokerto.ac.id/667/1/COVER_ABSTRAK_DAFTAR%20ISI_BAB%20I_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf di akses Pada 15 Mei 2018.
- [4]. J.J. Lenzun., J.D.D. Massie., D.Adare.,2014, *Pengaruh Kualitas Produk; Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*, Jurnal EMBA 1237 Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1237-1245. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.