



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Geerai Samsung Nasa Mall Kota Kasablanka Jakarta Selatan

Febri Ansyah¹, Erlita Kurniawaty²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

*Corresponding author: febriansyahebi.ebi97@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Diterima Mei 2024

Disetujui Juni 2024

Diterbitkan Juli 2024

Keywords:

Product Quality, Service

Quality, Consumer

Satisfaction

ABSTRACT

The aim of this research is to find out whether there is a positive and significant influence between Product Quality and Service Quality, either partially or simultaneously, on Consumer Satisfaction at Samsung Mall Kasablanka Outlets. This research uses an associative with a population of 2746 with a sample of 96 respondents using the acient rao purba deliberate sampling technique where the data obtained was in the form of a questionnaire processed using the SPSS 2.2 application. The results show that there is an influence of Product Quality on Consumer Satisfaction at the Samsung Nasa Erajaya Store, Kasablanka Mall, South Jakarta. This is shown by the t calculated value of the Product Quality variable being $Df=N-2(96-2)=94$ t table value of 1.98552 and 2.191 with a significance level of 0.031 which is smaller than 0.05, so it can be interpreted that H_a is accepted and H_0 is rejected, so it can be partially concluded that Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. There is an influence of Service Quality on Consumer Satisfaction at the Samsung Nasa Erajaya Outlet, Kasablanka Mall, South Jakarta. This is shown by the calculated value of the Service Quality variable which is 2.470 which is greater than the ttable of 1.98552. with a significance level of 0.015 which is smaller than 0.05, it can be interpreted that H_a is accepted and H_0 is rejected. So it can be partially concluded that Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. There is an influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at the Samsung Nasa Erajaya Outlet, Kasablanka Mall, South Jakarta. It is proven that F_{count} is 13,786 and the significance value is 0, while the F_{table} value is at a significance level of 0.05 with df_1 (number of variables -1) $3-1 = 2$, and df_2 $(n-k-1)$ or $= 96-2-1 = 93$ The F table value obtained is 3.09. So it can be concluded that $F_{count} > F_{table}$ $(13,786 > 3.09)$ and $significance < 0.05$ $(0 < 0.05)$, then H_a is accepted, so it can be concluded that product quality and service quality together influence the Consumer Satisfaction.

Kata Kunci:

Kualitas Produk, Kualitas

Pelayanan, Kepuasan

Pelanggan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan baik secara parsial ataupun simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gerai Samsung mall Kasablanka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif Asosiatif dengan populasi 2746 dengan sampel sebanyak 96 orang responden menggunakan rumus rao purba menggunakan Teknik sampling accidental dimana data yang di peroleh berupa kuesioner yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 2.2. hasilnya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gerai Samsung Nasa Erajaya mall Kasablanka Jakarta Selatan Ditunjukkan dengan Nilai thitung dari variabel Kualitas Produk adalah $Df=aN-2(96-2)=94 > t$ table sebesar 1.98552 dan 2.191 dengan tingkat signifikansi 0.031 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gerai Samsung Nasa Erajaya mall Kasablanka Jakarta Selatan Ditunjukkan dengan Nilai thitung dari variable Kualiatia Pelayanan adalah 2.470 lebih besar dari ttable sebesar 1.98552 dengan

tingkat signifikan 0.015 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan H_0 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat di simpulkan secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pada Gerai Samsung Nasa Erajaya mall Kasablanka Jakarta Selatan. Dibuktikan Fhitung sebesar 13.786 dan nilai signifikansi sebesar 0 sedangkan nilai Ftabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel -1) $3-1 = 2$, dan df 2 (n-k-1) atau $= 96-2-1 = 93$ diperoleh nilai F tabel sebesar 3.09 Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13.786 > 3.09$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0 < 0,05$), maka H_0 diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author

PENDAHULUAN

Samsung adalah Gerai pembuat perangkat elektronika terbesar di Dunia dan merupakan ikon dari Samsung Group yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Samsung memulai sejarahnya pada tahun 1938. awalnya sebagai Gerai trading, mengirimkan ikan kering dan buah buahan dan didirikan oleh Lee Byung-Chul. Pertama kali Samsung mengeluarkan handphone pada dekade 90'an. Samsung Group mengeluarkan Mobile Phone (handphone) berawal mengikuti perkembangan jaman yang ternyata lumayan menarik pasar dunia. Samsung adalah produsen smartphone terpopuler di Asia dan dunia. Tapi ada banyak pesaing lainnya yang mencoba untuk menggeser kekuasaan Samsung. Persaingan tersebut sangat kuat terutama di Asia, dimana sejumlah produsen handphone baru berjuang di pasar lokal masing-masing, berharap dapat menarik Konsumen dengan perangkat yang bagus, tapi dengan harga yang terjangkau. Keputusan konsumen erat kaitannya dengan citra merek, harga, dan kualitas produk.

Samsung store kota kasablanka atau Samsung by nasa adalah salah satu Gerai yang didirikan oleh,PT Erafone Artha Retailindo, PT Erafone Artha Retailindo merupakan Gerai besar yang bergerak dibidang penjualan *smartphone*, dan membuka cabang di kota-kota besar. Samsung kokas memberikan kebebasan para customer untuk memberikan pendapat atas kekurangan dan kelebihan dari segi pelayanan dengan cara memberikan ulasan di google atau scan barcode yang telah mereka sediakan di depan meja kasir.

Tabel 1 Data Penjualan Samsung Nasa Mall Kota Kasablanka 2021-2022

2021	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUNI	JULI	AGST	SEP	OKT	NOV	DES	ALL 2021	Jan-Nov
GI Kokas	326	233	324	356	192	112	290	333	146	225	246	321	3,104	2,783
GP Kokas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	456	198	654	456
Ses Kokas	5,520	6,920	7,992	6,821	7,175	4,247	1,933	4,422	7,706	7,250	8,249	8,662	76,897	68,235
MI Kokas	1,755	1,722	1,935	2,319	2,821	2,223	655	1,339	1,683	1,889	2,034	2,319	22,694	20,375
TOTAL	7,601	8,875	10,251	9,496	10,188	6,582	2,878	6,094	9,535	9,364	10,985	11,500	103,349	91,849

2022	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPT	OKT	NOV	Jan-Nov	Growt	Minus Value	AVG
GI Kokas	177	121	199	528	170	214	208	239	332	269	249	2,706	-3%	-77	246
GP Kokas	121	66	126	164	141	156	64	76	84	72	163	1,233	170%	777	112
Ses Kokas	4,996	4,900	8,949	7,391	6,569	7,025	7,355	8,085	8,103	7,179	7,264	77,816	14%	9,581	7,074
MI Kokas	1,505	1,260	1,951	2,273	2,148	1,736	1,987	1,557	1,653	1,498	1,460	19,028	-7%	-1,347	1,730
TOTAL	6,799	6,347	11,225	10,356	9,028	9,131	9,614	9,957	10,172	9,018	9,136	100,783	10%	8,934	9,162

Sumber : Penjualan Samsung Nasa Mall Kota Kasablanka

Berdasarkan data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan samsung kokas saat tahun 2021 hampir stabil hanya di bulan juli dan agustus saja yang angkanya paling rendah, dan pada tahun 2022 penjualan tertinggi sampai saat ini dapat dilihat dibulan maret 2022. Dalam hal ini menurut penulis ketidak stabilan penjualan pada gerai Samsung Nasa Kota Kasablangka diantaranya masih kurangnya kualitas produk dan juga kualitas pelayanan yang ada pada tempat tersebut.

Menurut Assauri (2015: 211), kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Menurut temuan Hastuti et al. (2022), kualitas produk memberikan dampaknya dengan positif dan signifikan dengan statistik bagi kepuasan konsumen. Dikuatkan pula dengan temuan Nurramadhanti dan Yulia (2021) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan. Menurut temuan penelitian Surbendi dan Komara (2019), kualitas produk tidak memberikan pengaruhnya dengan signifikan bagi kepuasan pelanggan.

Masalah kualitas pelayanan atau jasa ikut menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen. Menurut Tjiptono (2012:39) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Hal inipun senada pada temuan penelitian Widiantra dan Trianasari (2021) yang menemukan bahwasanya kualitas pelayanan memberikan dampaknya dengan positif dan signifikan secara statistik bagi kepuasan pelanggan. Menurut temuan investigasi Khoiri dan Efiani (2022), kualitas layanan tidak memiliki dampak yang terlihat pada kepuasan pelanggannya.

Dengan demikian, dari hasil penilaian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki dalam hal pelayanan di Gerai Samsung Nasa, terutama terkait dengan pelayanan sejak awal masuk, kualitas yang terjamin, komunikasi karyawan, dan pemahaman tentang fasilitas yang tersedia. Upaya perbaikan ini dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan dan kepuasan mereka selama berbelanja di gerai ini.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Menurut (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai.

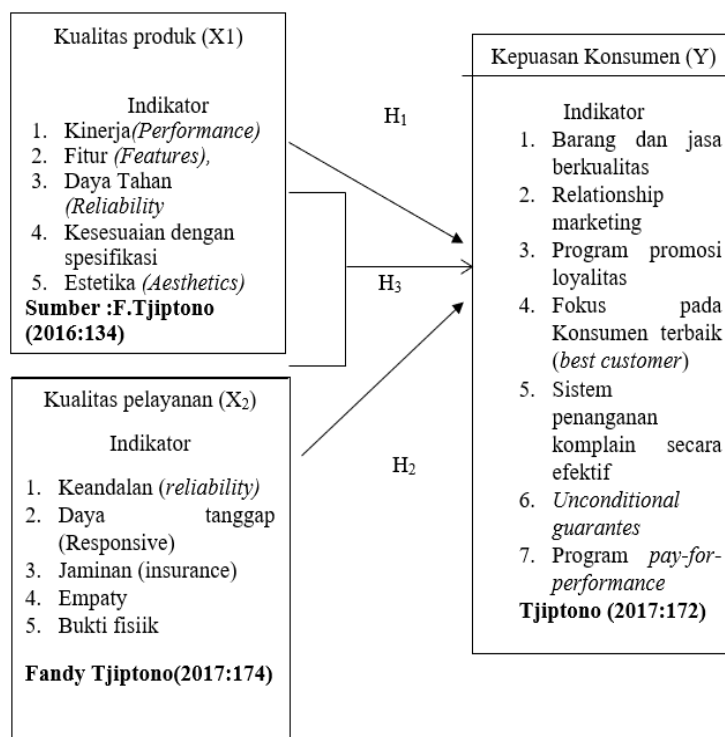
Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi perkembangan Gerai. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama dalam menjustifikasi pilihan terhadap suatu produk/ layanan. Lebih dari itu, kualitas seringkali menjadi sarana promosi yang

secara otomatis mampu menaikkan/ menurunkan nilai jual produk Gerai. (Hana Catur Wahyuni, Wiwik Sulistiowati, dan Muhammad khamim, 2015:3). Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kepuasan Konsumen

Menurut Husein Umar (2013:65) kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Menurut Philip Kotler (2017:36) kepuasan adalah seseorang merasa kekecewaan atau kesenangan sebagai hasil membandingkan satu capaian yang dirasa dari produk (atau hasil) dalam hubungan dengan harapannya. Menurut rondonuwu dan komalig dalam jurnal purnomo edwin setyo (2017). Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu Terpenuhinya harapan konsumen, sikap atau keinginan menggunakan produk, Merekomendasikan kepada pihak lain, Kualitas layanan, Loyal, Revutasi yang baik dan Lokasi.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

H₁ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan Konsumen.

H₂ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen.

H₃ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala, Sugiyono (2016:21). Penelitian kali ini dilakukan di gerai Samsung Nasa Mall Kota Kasablanka di kota Jakarta Selatan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data pelanggan dari 20120 – 2022 yaitu 2746 orang. Berdasarkan perhitungan Slovin maka sampel minimal yang dapat digunakan adalah 96,4 atau dibulatkan menjadi 96 responden. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pernyataan dengan jawaban mengacu pada skala *likert*. Metode analisis data dengan analisis regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linear Sederhana

Tabel 1 Regresi parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.451	3.722		6.839	.000
	Kualitas Produk	.393	.087	.422	4.513	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : output SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 25.551 + 0,393 X_1$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 25.551 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X_1) tidak ada 0, maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 25.551 *point*. Nilai koefisien regresi Kualitas produk (X_1) sebesar 0.393 diartikan apabila konstanta tetap maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.393 *point*.

Tabel 2 Regresi linear parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.774	2.885		9.974	.000
	Kualitas Pelayanan	.323	.069	.435	4.679	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : output SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 28.774 + 0,323X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 28.774 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_2) tidak ada, maka telah terdapat nilai Perputaran Karyawan (Y) sebesar 28.774 *point*. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,323 diartikan apabila konstanta tetap maka setiap perubahan 1

unit pada variabel Kualitas Pelayanan(X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,323 poin

Regresi linear berganda

**Tabel 3 Regresi linear berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.520	3.708		6.343	.000
Kualitas Produk	.233	.107	.251	2.191	.031
Kualitas Pelayanan	.210	.085	.283	2.470	.015

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : output SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 23.520 + 0,233 X_1 + 0,210X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 23.520 diartikan bahwa jika variable Kualitas produk (X_1), dan Kualitas pelayanan (X_2) tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan konsumen (Y) sebesar 23.520.
- b. Nilai koefisien regresi Kepuasan Produk(X_1) sebesar 0,233 dan koefisien regresi Kepuasan Konsumen(X_2) sebesar 0,210 diartikan apabila konstanta tetap, maka setiap perubahan 1 unit masing–masing variable maka akan mengakibatkan perubahan nilai Y sebesar nilai konstanta masing – masing variabel .

Kofisien Korelasi

**Tabel 4 Kofisien korelasi X1 terhadap Y
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.169	3.33494

Sumber : output SPSS

Berdasarkan tabel 4 diatas nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,422 yang berarti koefisien antar variabel kualitas produk terhadap Y Sedang. Berdasarkan tabel koefisien korelasi bahwa rentang 0,4 – 0,599 menunjukkan tingkat hubungan yang Sedang

**Tabel 5 Kofisien korelasi X2 terhadap Y
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.435 ^a	.189	.180	3.31300

Sumber : output SPSS

Berdasarkan tabel 5 diatas nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,435 yang berarti koefisien antar variabel Kualitas Pelayanan terhadap Y Sedang. Berdasarkan tabel koefisien korelasi diatas bahwa rentang 0,4 – 0,599 menunjukkan tingkat hubungan yang sedang

Tabel 6 kofisien korelasi Berganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.478 ^a	.229	.212	3.24801	1.612

Sumber : Data Olahan SPSS 2.2

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,478 yang berarti koefisien antar variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Sedang. Berdasarkan tabel koefisien korelasi diatas bahwa rentang 0,4 – 5,999 menunjukkan tingkat hubungan yang Sedang.

Kofisien Determinasi (KD)

Tabel 7 KD Determinasi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.169	3.33494

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 2.2

Dari hasil perhitungan di Tabel 4.23 maka dapat diketahui nilai koefisien dterminasi (KD) $= (R^2) \times 100\%$ diperoleh dari R yaitu $KD = 0.178 \times 100\% = 17.8\%$ (Hasil ini sama dengan perolehan dengan menggunakan SPSS 22.00 *for windows* pada kolom R Square sebesar 17,8%, sedangkan sisanya 82,2% (100%-17,8%) merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis

Tabel 8 KD Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.435 ^a	.189	.180	3.31300

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Output SPSS 2.2

Dari hasil perhitungan di Tabel 4.24 maka dapat diketahui nilai koefisien dterminasi (KD) $= (R^2) \times 100\%$ diperoleh dari R yaitu $KD = 0.189 \times 100\% = 18.9\%$ (Hasil ini sama dengan perolehan dengan menggunakan SPSS 22.00 *for windows* pada kolom R Square sebesar 18,9%, sedangkan sisanya 81,1% (100%-18,9%) merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis

Tabel 9 KD Determinasi Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.478 ^a	.229	.212	3.24801	1.612

Sumber : Output SPSS 2.2

Dari hasil perhitungan di Tabel 9 maka dapat diketahui nilai koefisien dterminasi ($KD = (R^2) \times 100\%$ diperoleh dari R yaitu $KD = 0,229 \times 100\% = 22,9\%$ (Hasil ini sama dengan perolehan dengan menggunakan SPSS 22.00 *for windows* pada kolom R Square sebesar 22,9%, sedangkan sisanya 78,1% ($100\% - 22,9\%$) merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 10 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.520	3.708		6.343	.000		
Kualitas Produk	.233	.107	.251	2.191	.031	.633	1.580
Kualitas Pelayanan	.210	.085	.283	2.470	.015	.633	1.580

Sumber : data olahan SPSS 2.2

Berdasarkan *output Coefficients* di atas, diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebagai berikut : Nilai t_{hitung} dari variabel Kualitas Produk adalah $2.191 > t_{tabel}$ sebesar 1.98552 dengan tingkat signifikan $0.031 < 0,05$ maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai t_{hitung} dari variable Kualiatata Pelayanan adalah $2.470 > t_{table}$ sebesar 1.98552 dengan tingkat signifikan $0.015 < 0,05$ maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat di simpulkan secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji F

Tabel 11 Uji Simultan
Anova
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290.881	2	145.441	13.786	.000 ^b
	Residual	981.109	93	10.550		
	Total	1271.990	95			

Sumber : data Olahan SPSS 2.2

Dari Output diketahui F_{hitung} sebesar 13.786 dan nilai signifikansi sebesar 0 sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel -1) $3-1 = 2$, dan df 2 ($n-k-1$) atau $= 96-2-1 = 93$ diperoleh nilai F tabel sebesar 3.09 Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13.786 > 3.09$) dan signifikasi $< 0,05$ ($0 < 0,05$), maka H_a diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualias Produk terhadap Kepuasan Konsumen

persamaan regresi $Y = 25.551 + 0,393 X_1$, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,422 yang berarti koefisien antar variabel kualitas produk terhadap Y Sedang. Nilai t_{hitung} dari variabel Kualitas Produk adalah 2.191 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.98552 dengan tingkat signifikan 0.031 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Besse Arna Wisudaningsi , Irvana Arofah , dan Konstansius Aji Belang pada tahun 2019 mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda hasilnya adalah Variabel kualitas produk memiliki berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Persamaan regresi $Y = 28.774 + 0,323X_2$. diatas nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,435 yang berarti koefisien antar variabel Kualitas Pelayanan terhadap Y Sedang Nilai t_{hitung} dari variable Kualiatia Pelayanan adalah 2.470 lebih besar dari t_{table} sebesar 1.98552 dengan tingkat signifikan 0.015 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat di simpulkan secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan I W. Widianantara , Trianasari pada tahun 2021 mengenai pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toyota Avanza Di Singaraja dan hasilnya adalah Variabel kualitas pelayanan memiliki berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

persamaan regresi $Y = 23.520 + 0,233 X_1 + 0,210X_2$ nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,478 yang berarti koefisien antar variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Sedang, nilai koefisien dterminasi (KD) $= (R^2) \times 100\%$ diperoleh dari R yaitu $KD = 0,229 \times 100\% = 22,9\%$ sedangkan sisanya 78,1% (100%-22,9%) merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis diketahui F_{hitung} sebesar 13.786 dan nilai signifikansi sebesar 0 sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel -1) $3-1 = 2$, dan df 2 (n-k-1) atau $= 96-2-1 = 93$ diperoleh nilai F tabel sebesar 3.09 Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13.786 > 3.09$) dan signifikasi $< 0,05$ ($0 < 0,05$), maka H_a diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Lilik Trianah , Diah Pranitasari, Siti Zahra ni Marichs pada tahun 2017 mengenai Pengaruh kualitas produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan loyalitas Konsumen (studi kasus pada Konsumen d'besto Mangun jaya 2 Tambun selatan) dan hasilnya adalah Variabel kualitas produk lebih berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen dan juga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama – sama beerpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Samsung Nasa Erajaya mall Kasablanka Jakarta Selatan Ditunjukkan dengan Nilai t_{hitung} dari variabel Kualitas Produk adalah 2.191 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.98552 dengan tingkat signifikan 0.031

lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Samsung Nasa Erajaya mall Kasablanka Jakarta Selatan Ditunjukkan dengan Nilai t_{hitung} dari variable Kualiatia Pelayanan adalah 2.470 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.98552 dengan tingkat signifikan 0.015 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat di simpulkan secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada pada Gerai Samsung Nasa Erajaya mall Kasablanka Jakarta Selatan. Dibuktikan F_{hitung} sebesar 13.786 dan nilai signifikansi sebesar 0 sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel -1) $3-1 = 2$, dan df 2 (n-k-1) atau $= 96-2-1 = 93$ diperoleh nilai F tabel sebesar 3.09 Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13.786 > 3.09$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0 < 0,05$), maka H_a diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Solihin, 2016. Pemograman Web dengan PHP dan Mysql. jakarta: Budi Luhur.
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Asep Sulaeman, (2018) Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt. Cakrawala citramega Jurnal UNPAM Prodi Manajemen Vol. 6, No. 1, Januari
- Bramantyo, B. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Kepercayaan. Hasanuddin Journal of Business Strategy, Volume 4.
- Choirunisa. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Probolinggo. Jurnal ilmiah riset manajemen, Volume 7, Nomor 01.
- Dewi, S. P., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Net Profit Margin dan Return on Assets terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 1(1).
- Hasibuan, Malayu S.P., 2017, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta. Bumi Aksara.
- I W. Widiyantara , Trianasari 2021 Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toyota Avanza Di Singaraja Jurnal Manajemen, Vol. 7 No. 1, Bulan April Tahun P-ISSN: 2476-8782
- Iis Maulidah , Joko Widodo , Dkk (2019) pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial 26 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175 | Volume 13 Nomor 1
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller.(2016): *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Pretrice Hall, Inc.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2019). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Kukuh Familiar, Ida Maftukhah (2019) pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia ISSN 2252-6552
- Marpaung, F. K., Hutagalung, I. N.Dkk, (2021). *kepuasan pelanggan*, PT . Dwi Karya Sartika. 16(1), 81–96.
- Maulana, B. S. (2020). Pagaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada Pengguna Shopee. co. id di Kota Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Napitupulu, D. H. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 233–240
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Gerai Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Pratiwi, I., & Andalia, W. (2018). Perancangan Model Keputusan Multikriteria Pemilihan Layanan E-Commerce Untuk Kepuasan Pelanggan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi 2018*, 1–10.
- Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung.: Alfabeta
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Rosa Lesmana, Ratnasari (2018) pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pt. radekatama piranti nusa *Manajemen Pemasaran* ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893
- Subarto, Erlita Kurniawaty 2021 Kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas pelayananDan kualitas produk di kopi kenangan Cabang rs. Mayapada lebak bulus jakarta selatan *Jurnal KREATIF* ISSN : 2339 – 0689, E-ISSN : 2406-8616 Vol. 9 No. 2
- Terry, George R dan Leslie W.Rue. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*, penerjemah G.A Ticoalu. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip. Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja*. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo Persada