



Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery Pamulang

Vienna Kedy Grace^{1*}, Mutmainnah²

¹²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: kedyagracevienna@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Diterima : Agustus 2024 Disetujui : September 2024 Diterbitkan : Oktober 2024</p> <p>Keywords: Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction</p>	<p><i>This study aims to analyze the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at the Holland Bakery Pamulang branch. The research uses a descriptive quantitative method with a population consisting of all customers of Holland Bakery Pamulang branch. The sampling technique used is Slovin's formula, resulting in a sample size of 99 respondents. Primary data were obtained through observation, questionnaires, literature studies, and documentation. Data analysis was conducted through data instrument tests, classical assumption tests, linear regression tests, correlation coefficient tests, determination coefficient tests, and partial and simultaneous hypothesis tests. The results show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t-value of 4.418 > 1.661 t-table value and a significance value of 0.000 < 0.10. Additionally, service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t-value of 5.715 > 1.661 t-table value and a significance value of 0.000 < 0.10. Simultaneously, product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction with an F-value of 52.119 > 2.36 F-table value and a significance value of 0.000 < 0.10. This study concludes that improving both product and service quality simultaneously can increase customer satisfaction at Holland Bakery Pamulang branch by 52.1%, while the remaining 47.9% is influenced by other factors.</i></p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Holland Bakery cabang Pamulang. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan populasi seluruh konsumen Holland Bakery cabang Pamulang. Teknik sampling menggunakan teknik Slovin yang menghasilkan sampel penelitian sebanyak 99 responden. Data primer diperoleh melalui observasi, kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji regresi linier, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung sebesar 4,418 > 1,661 nilai ttabel dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,10. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung sebesar 5,715 > 1,661 nilai ttabel dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,10. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Fhitung sebesar 52,119 > 2,36 nilai Ftabel dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,10. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Holland Bakery cabang Pamulang sebesar 52,1%, sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.</p>



PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini banyak perusahaan berkembang sangat pesat. Perkembangan industri makanan pada saat ini menjadi salah satu industri yang sangat diminati di Indonesia. Dari setiap tahunnya perkembangan industri makanan terus meningkat. Dilihat dari permintaan konsumen pun meningkat yang dapat dilihat dari banyaknya usaha makanan dari usaha kecil maupun usaha besar. Roti adalah makanan yang disukai semua kalangan masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari permintaan dan penawaran produk roti tersebut. Dalam mengembangkan bisnis roti ini produsen harus melihat terlebih dahulu peluang pasarnya baik produsen kecil maupun produsen besar.

Keberadaan roti yang memperoleh penerimaan positif dari berbagai kalangan masyarakat telah menciptakan potensi yang semakin menarik dalam sektor industri roti. Fenomena ini, tanpa diragukan lagi, sangat dipengaruhi oleh analisis mengenai permintaan dan penawaran produk tersebut. Situasi ini memberikan gambaran mengenai beragam skala usaha yang ada dalam industri roti, mulai dari bisnis rumahan, usaha menengah, hingga perusahaan industri besar. Di seluruh Indonesia, kita dapat menemukan banyak perusahaan roti dengan skala usaha yang lebih kecil yang tetap bertahan dan bahkan mampu mengalami perkembangan meskipun menghadapi tantangan ekonomi.

Holland Bakery adalah toko roti dan kue yang berasal dari Indonesia. Mereka dikenal dengan berbagai produk roti, kue, dan pastry berkualitas yang mereka tawarkan kepada konsumen mereka. Holland Bakery adalah salah satu merek yang terkenal di industri roti dan kue di Indonesia, dan mereka telah membangun reputasi untuk produk-produk mereka yang bervariasi atau beragam. Selain itu, Holland Bakery juga dikenal karena memiliki banyak cabang toko di berbagai kota di Indonesia, membuat produk mereka lebih mudah diakses oleh konsumen.

Dalam memberikan Kepuasan Konsumen, terdapat aspek Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang harus seimbang dan dapat bekerjasama untuk memajukan suatu perusahaan. Kepuasan Konsumen merupakan perasaan positif atau negatif yang timbul setelah seseorang membandingkan suatu kinerja dari produk maupun layanan yang diantisipasi dengan kinerja yang diharapkan. Para konsumen merasa tidak puas apabila kinerja dari produk atau layanan jasa tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka ketika akan menggunakannya. Sebaliknya, jika konsumen merasa puas atas hasil kinerja produk maupun layanan tersebut dikarenakan kinerjanya melebihi dari ekspektasi konsumen tersebut (Kotler & Keller, 2016:27).

Kualitas produk merupakan ukuran atau tingkat keunggulan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan, spesifikasi, atau harapan dari konsumen tersebut. Ini mencakup semua aspek yang mempengaruhi nilai dan kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi dari keinginan konsumen (Kotler & Keller, 2016:164). Kualitas produk meliputi berbagai faktor-faktor dalam suatu barang maupun layanan atau hasil yang membuatnya dapat sesuai dengan tujuan dari yang diinginkan (Assauri, 2017:90).

Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen selain Kualitas Produk adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan menjadi parameter utama dalam memancarkan tingkat kepuasan ketika melakukan pembelian produk. Kepuasan Konsumen dapat terwujud melalui pelayanan yang berkualitas tinggi dan ramah, yang dimana untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan memenuhi ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, dengan harapan adalah agar Holland Bakery

cabang Pamulang Tangerang Selatan dapat memberikan pelayanan berkualitas kepada para konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat dari kualitas tersebut dalam memenuhi ekspektasi dari seluruh konsumen. Kualitas pelayanan ini memiliki efek jangka panjang dalam keterkaitannya membentuk kepuasan konsumen dan dapat membuat para konsumen menjadi semakin loyal terhadap perusahaan (Tjiptono, 2015:142).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga dkk., 2020) berjudul, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Coffeenatics Medan*”, menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Akan tetapi penelitian tersebut tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh (Bansaleng dkk., 2021) dengan judul, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado”, yang menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Erida dkk., 2020) berjudul, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (*The Effect Of Product Quality And Brand Image On Consumer Satisfaction Of Jakoz Brand T-Shirt Product*)”, menyatakan bahwa variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Sedangkan hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh (Asti & Ayuningtyas, 2020) dengan judul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (*Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction*)”, yang menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kualitas Produk memiliki dampak besar terhadap citra perusahaan, jika produk yang ditawarkan mengalami masalah, konsumen mungkin merasa tidak puas dan mencari alternatif lain yang menawarkan kualitas yang lebih baik. Dalam usaha mencapai Kualitas Produk yang tinggi, diperlukan analisis mendalam untuk menghasilkan produk yang memenuhi standar kualitas dan memuaskan konsumen, sehingga mendorong pembelian berulang. Dalam lingkungan persaingan yang ketat, tanpa memiliki basis konsumen setia, perusahaan berisiko mengalami penurunan bisnis.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Menurut Kotler & Amstrong (2016:224) menjelaskan bahwa: "Kualitas Produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat- sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil". Ini berarti bahwa kualitas produk tidak hanya dilihat dari segi fisik saja, tetapi juga dari bagaimana produk tersebut dapat memberikan kepuasan emosional kepada konsumen. Atribut seperti desain, fungsi, dan daya tahan menjadi faktor penentu dalam menilai kualitas produk. Dengan memberikan nilai yang tinggi pada aspek-aspek ini, perusahaan dapat memastikan bahwa produk mereka akan diterima dengan baik oleh konsumen.

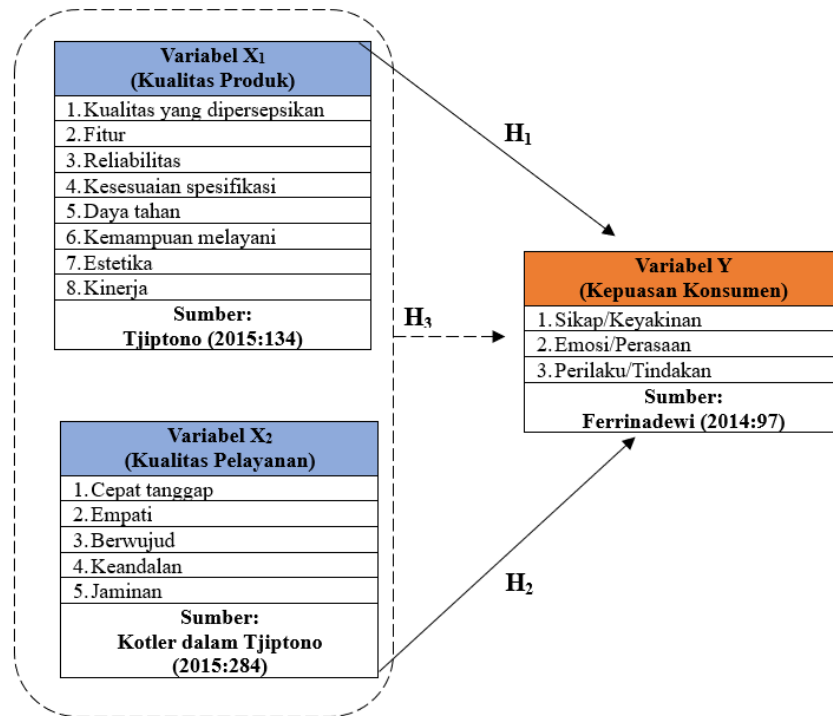
Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch dan Davis dalam (Tjiptono & Chandra, 2016:115) menyatakan bahwa kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas tidak hanya terbatas pada satu aspek, tetapi mencakup berbagai elemen yang saling berkaitan dan mempengaruhi. Dalam

konteks pelayanan, setiap aspek ini harus dikelola dengan baik agar tercapai kualitas yang optimal. Goetsch dan Davis menambahkan bahwa kualitas yang dinamis berarti bahwa standar dan harapan akan terus berkembang seiring waktu. Oleh karena itu, penyedia layanan harus selalu beradaptasi dan berinovasi untuk tetap memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Nugroho dalam (Setyo, 2017) menjelaskan bahwa: "Kepuasan Konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan". Konsumen yang puas cenderung lebih loyal, lebih sering melakukan pembelian ulang, dan lebih mungkin merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen menjadi strategi kunci dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Kotler & Keller (2016:153) menyatakan bahwa: *"satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived Performance (or outcome) to expectations"*. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan sebuah kinerja produk atau jasa dengan ekspektasinya.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan
- H2: Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan
- H3: Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian dengan metode kuantitatif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019:27), adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Dalam konteks penelitian ini, jumlah konsumen yang diidentifikasi adalah para konsumen yang melakukan pembelian produk makanan di Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, yang berjumlah sebanyak 8.667 konsumen periode 2018-2022. Jumlah responden yang akan diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Dalam penelitian ini kuesioner yang bisa berdasarkan pernyataan dengan jawaban mengacu pada skala *likert*: Sangat Tidak Setuju (Bobot 1), Tidak Setuju (Bobot 2), Kurang Setuju (Bobot 3), Setuju (Bobot 4) dan Sangat Setuju (Bobot 5). Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
(Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen)**

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.686	3.760		5.768	0.000
	Kualitas Produk	0.592	0.081	0.598	7.346	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 1 diatas, didapatkan persamaan regresi linier sederhana dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu:

$$Y = 21,686 + 0,592X_1$$

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024). (2024).

Melalui persamaan regresi linier sederhana tersebut, penjelasan yang dapat diberikan mengenai hubungan fungsional ataupun kausal dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diantaranya sebagai berikut:

- Nilai konstanta (*a*) dari kepuasan konsumen yaitu sebesar, 21,686. Apabila pengaruh dari kualitas produk tidak diperhitungkan atau dinilai sama dengan nol (0), maka kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 21,686 satuan.
- Koefisien regresi dari kualitas produk mendapatkan nilai sebesar, 0,592. dan bersifat positif. Maka interpretasi yang dapat disimpulkan adalah, apabila terdapat peningkatan kualitas produk sebesar 0,592 satuan, maka akan terjadi hubungan fungsional yang sejalan yaitu peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan sebesar 0,592 satuan.

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
(Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.518	4.123		3.521	0.001
	Kualitas Pelayanan	0.713	0.084	0.650	8.434	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 2 diatas, didapatkan persamaan regresi linier sederhana dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu:

$$Y = 14,518 + 0,713X_2$$

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024). (2024).

Melalui persamaan regresi linier sederhana tersebut, penjelasan yang dapat diberikan mengenai hubungan fungsional ataupun kausal dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diantaranya sebagai berikut:

- Nilai konstanta (*a*) dari kepuasan konsumen yaitu sebesar, 14,518. Apabila pengaruh dari kualitas pelayanan tidak diperhitungkan atau dinilai sama dengan nol (0), maka kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 14,518 satuan.
- Koefisien regresi dari kualitas pelayanan mendapatkan nilai sebesar, 0,713 dan bersifat positif. Maka interpretasi yang dapat disimpulkan adalah, apabila terdapat peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,713 satuan, maka akan terjadi hubungan fungsional yang sejalan yaitu peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan sebesar 0,713 satuan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.631	4.087		1.867	0.065
	Kualitas Produk	0.358	0.081	0.362	4.418	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.513	0.090	0.468	5.715	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 3 diatas, berikut adalah persamaan regresi linier berganda dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan tabel tersebut:

$$Y = 7,631 + 0,358X_1 + 0,513X_2$$

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024). (2024).

Melalui persamaan regresi linier berganda tersebut, penjelasan yang dapat diberikan mengenai hubungan fungsional ataupun kausal dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diantaranya sebagai berikut:

- Nilai konstanta (*a*) dari kepuasan konsumen yaitu sebesar, 7,631. Apabila pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak diperhitungkan atau dinilai sama dengan nol (0), maka kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 7,631 satuan.

2. Koefisien regresi dari kualitas produk mendapatkan nilai sebesar, 0,358. dan bersifat positif. Maka interpretasi yang dapat disimpulkan adalah, apabila terdapat peningkatan kualitas produk sebesar 0,358 satuan, dan hubungan kualitas pelayanan tidak dianggap kehadirannya (0). Maka akan terjadi hubungan fungsional yang sejalan yaitu peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan sebesar 0,358 satuan.
3. Koefisien regresi dari kualitas pelayanan mendapatkan nilai sebesar, 0,513. dan bersifat positif. Maka interpretasi yang dapat disimpulkan adalah, apabila terdapat peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,513 satuan, dan hubungan kualitas produk tidak dianggap kehadirannya (0). Maka akan terjadi hubungan fungsional yang sejalan yaitu peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan sebesar 0,513 satuan.

Uji Koefisien Korelasi (*R/Pearson Correlation*)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations		
		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	0.505**	0.598**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000
	N	99	99	99
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	0.505**	1	0.650**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000
	N	99	99	99
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	0.598**	0.650**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	
	N	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai tingkat korelasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Kualitas produk memiliki koefisien korelasi sebesar 0,598, terletak dalam interval 0,400-0,599. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen di Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan.
2. Kualitas pelayanan memiliki koefisien korelasi sebesar 0,650, terletak dalam interval 0,600-0,799. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen di Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan.

Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.722 ^a	0.521	0.511	3.626	1.771

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diambil kesimpulan mengenai tingkat determinasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui nilai *R-Square* didapatkan sebesar 0,521. Hal ini mengindikasikan jika determinasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan dipersentasekan sebesar 52,1%, sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.631	4.087		1.867	0.065
	Kualitas Produk	0.358	0.081	0.362	4.418	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.513	0.090	0.468	5.715	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 6 diatas, kesimpulan atas pengujian hipotesis secara parsial ini dinyatakan dengan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,418 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,661 pada tingkat signifikansi 0,10. Oleh karena itu, hipotesis yang diterima adalah H_{a1} dan hipotesis yang ditolak adalah H_{01} .
- b. Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,715 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,661 pada tingkat signifikansi 0,10. Oleh karena itu, hipotesis yang diterima adalah H_{a2} dan hipotesis yang ditolak adalah H_{02} .

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,370.817	2	685.409	52.119	0.000 ^b
	Residual	1,262.476	96	13.151		
	Total	2,633.293	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Output hasil dari perangkat lunak SPSS versi 27 (2024).

Berdasarkan tabel 7 diatas, kesimpulan atas pengujian hipotesis secara simultan ini dinyatakan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, dengan didukung oleh nilai F_{hitung} sebesar 52,119 > 2,36 nilai F_{tabel} dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,10. Maka hipotesis yang diterima adalah H_{a3} dan hipotesis yang ditolak H_{03} .

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan dalam mencari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mendapatkan persamaan regresi linier sederhana yaitu, $Y = 21,686 + 0,592X_1$ yang menunjukkan terjadi pengaruh yang positif dan searah dengan kondisi jika terjadi peningkatan pada kualitas produk, maka terjadi peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, dengan tingkat koefisien korelasi sebesar 0,598 dan dinyatakan memiliki tingkat korelasi sedang. Hal ini juga didukung dengan hasil pengujian hipotesis secara parsial yang menunjukkan kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,418 > 1,661$ nilai t_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Melalui hasil tersebut maka hipotesis yang diterima adalah H_{a1} , dan hipotesis yang ditolak adalah H_{01} .

Hasil penelitian ini konsisten dengan yang didapatkan oleh Erida dkk. (2020) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (*The Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction of Jakoz Brand T-Shirt Product*)” yang mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan yang didapatkan oleh Asti & Ayuningtyas (2020) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (*Effect of Service Quality, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction*)” yang mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan dalam mencari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelayanan mendapatkan persamaan regresi linier sederhana yaitu, $Y = 14,518 + 0,713X_2$ yang menunjukkan terjadi pengaruh yang positif dan searah dengan kondisi jika terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan maka terjadi peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, dengan tingkat koefisien korelasi sebesar 0,650 dan dinyatakan memiliki tingkat korelasi kuat. Hal ini juga didukung dengan hasil pengujian hipotesis secara parsial yang menunjukkan kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,715 > 1,661$ nilai t_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Melalui hasil tersebut maka hipotesis yang diterima adalah H_{a2} , dan hipotesis yang ditolak adalah H_{02} .

Hasil penelitian ini konsisten dengan yang didapatkan oleh Putranto (2019) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven” yang mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan yang didapatkan oleh Ibrahim & Thawil (2019) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” yang mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan dalam mencari pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mendapatkan persamaan regresi linier berganda yaitu, $Y = 7,631 + 0,358X_1 + 0,513X_2$ yang menunjukkan terjadi pengaruh yang positif dan searah dengan kondisi jika terjadi peningkatan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka terjadi peningkatan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan, dengan persentase koefisien determinasi sebesar 52,1% dan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Hal ini juga didukung dengan hasil pengujian hipotesis secara simultan yang menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery cabang Pamulang Tangerang Selatan dengan nilai F_{hitung} sebesar $52,119 > 2,36$ nilai F_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Melalui hasil tersebut maka hipotesis yang diterima adalah H_{a3} , dan hipotesis yang ditolak adalah H_{03} .

Hasil penelitian ini konsisten dengan yang didapatkan oleh Maulidah dkk. (2019) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember” yang mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga sejalan dengan yang didapatkan oleh Selvia Agusti & Verano (2022) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan)” yang mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN

Kualitas Produk dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang dinyatakan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,418 > 1,661$ nilai t_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Maka dengan ini terdapat hubungan fungsional yang sejalan antara Kualitas Produk yang berdampak terhadap peningkatan Kepuasan Konsumen.

Kualitas Pelayanan dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang dinyatakan dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,715 > 1,661$ nilai t_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Maka dengan ini terdapat hubungan fungsional yang sejalan antara Kualitas Pelayanan yang berdampak terhadap peningkatan Kepuasan Konsumen.

Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen yang dinyatakan dengan nilai F_{hitung} sebesar $52,119 > 2,36$ nilai F_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Maka dengan ini terdapat hubungan fungsional yang sejalan atas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap peningkatan Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2017). Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi (2 ed.). BPFE.
- Anggara, D. S., & Abdillah, C. (2019). Modul Metode Penelitian. UNPAM Press.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Effect Of Service Quality, Product Quality And

- Price On Consumer Satisfaction). *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 331–340.
- Erida, Indrawijaya, S., & Abdilah, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (The Effect Of Product Quality And Brand Image On Consumer Satisfaction Of Jakoz Brand T-Shirt Product). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 9(01), 23–33.
- Ferrinadewi, E. (2014). *Merek & Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Akmal, Y., & Iddris, J. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25 Edisi Pertama (1 ed.)*. Sefa Bumi Persada.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (1 ed.)*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hasan, S., Diwyarthi, N. D. M. S., Nugroho, H., Muniarty, P., Amruddin, Santoso, A., Sarjana, S., Afandi, A., Sari, Y. P., Tarigan, B. A., & Solehudin. (2022). *Pengantar Manajemen (1 ed.)*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Ilyas, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Januardi, N. V. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(4), 1–15.
- Indartono, S. (2021). *Pengantar Manajemen: Character Inside*. Yukaprint.
- Kalsum, E. U., & Liniarti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Mesin Cuci Merek Polytron Di Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 370–378.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia (3 ed.)*. Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (3 ed.)*. Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global (1 ed.)*. Alfabeta.

- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (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*, 13(1), 26.
- Putranto, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 2(1), 1–17.
- Ridha, A., & Muis, M. (2022). *Teori Manajemen*. Penerbit NEM.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Agung Ilmu.
- Selvia Agusti, I., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan). *NIAGAWAN*, 11(1), 37–42.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sinaga, A., Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 6(1), 119–144.
- Siregar, E. (2021). *Pengantar Manajemen & Bisnis (1 ed.)*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. CV. Andi Offset.
- Sudjana, N. (2017). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (1 ed.)*. Alfabeta.
- Supangat, A. (2017). *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi Dan Nonparametrik*. Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4 ed.)*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (4 ed.)*. CV. Andi Offset.