



Vol. 1 • No. 2 • Juni 2021

Page (Hal.) : 885 – 896

ISSN (online) : 2746-4482

ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL. Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanisproceedings@gmail.com



Special Issue :

Humanis2021

Humanities, Management and Science
Proceeding 2021

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan

Suci Sofiah¹⁾, Andi Surya Rahmana²⁾, Zeiny Triana³⁾

Universitas Pamulang, Indonesia

E-mail: sucisofia140@gmail.com¹⁾, andisurya1361@gmail.com²⁾, zeinyourbae2@gmail.com³⁾

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah asosiatif dengan metode kuesioner atau angket. Menggunakan statistik perangkat lunak yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dan mempunyai member di Indomaret Aria Putra Swadaya Kedaung Ciputat Tangerang Selatan berjumlah 8.991 konsumen pada bulan Agustus 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% didapat sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 3) Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract: The objectives of this study are: 1) To determine the effect of product quality on customer satisfaction at Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 2) To determine the effect of service quality on customer satisfaction at Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat, South Tangerang. 3) To determine the effect of product quality and service quality simultaneously on customer satisfaction at Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. The type of research used is quantitative and the nature of this research is associative with the questionnaire or questionnaire method. Using statistical software used to support this research is the SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) program version 20. The population in this study were consumers who bought products and had members in Indomaret Aria Putra Swadaya Kedaung Ciputat Tangerang Selatan, amounting to 8,991 consumers in August. 2018. The sampling technique used in this study was the Slovin formula with an error rate of 10% and a sample of 100 respondents was obtained. The results of this study indicate that: 1) Product quality affects customer satisfaction at Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang

Selatan. 2) *Service quality affects customer satisfaction at Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.* 3) *Product quality and service quality simultaneously affect customer satisfaction at Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat, South Tangerang.*

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

PENDAHULUAN

Usaha bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. Ritel adalah usaha yang menjual produk kebutuhan rumatangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang menggunakan sistem swalaya (konsumen mengambil sendiri barang yang mereka inginkan). Dewasa ini persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal yang utama yang harus diperhatikan di samping produk yang kita sajikan. Menurut Kotler (dalam Nurkhasanah 2016:14) “dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah”. Untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk dan layanannya dalam upaya memuaskan pelanggan. Hal ini sangat penting karena konsep pemasaran menyatakan bahwa pemuas kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan Dharmmesta dan Irawan (Dalam Yetty Dwi Astuti, 2014:10). Tanpa adanya *customer*, setiap perusahaan khususnya usaha dunia ritel akan kehilangan pendapatannya yang berakibat pada jatuhnya bisnis tersebut.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) berpendapat “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal”. Dari sudut pandang pemasaran kualitas diukur dengan persepsi pembeli, maka sudut pandang yang digunakan untuk melihat kualitas produk adalah sudut pandang eksternal. Pada tabel 1 dapat dilihat data penjualan pada Indomaret Cabang Aria Putra Swadaya Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.

Tabel 1.

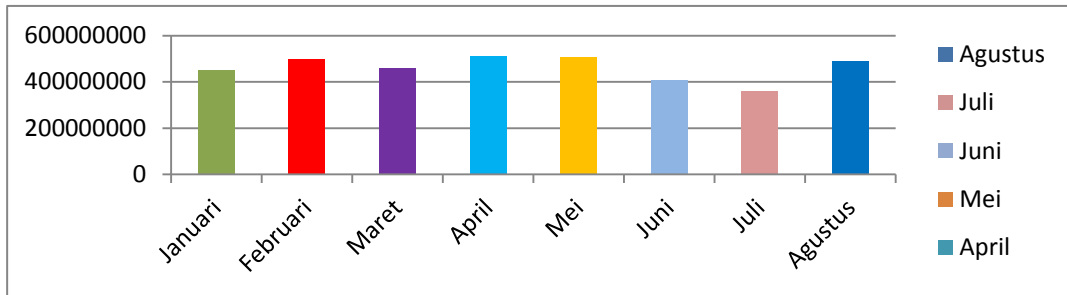
Data Jumlah Penjualan Toko Indomaret Aria Putra Swadaya Periode Januari – Agustus 2018

No	Bulan	Jumlah	Presentase
1	Januari	Rp. 450.000.000	-
2	Februari	Rp. 500.100.000	22%
3	Maret	Rp. 460.000.000	-12%
4	April	Rp. 510.000.000	34%
5	Mei	Rp. 505.000.000	-10%
6	Juni	Rp. 408.000.000	-8%
7	Juli	Rp. 360.000.000	-14%



8	Agustus	Rp. 490.000.000	7%
---	---------	-----------------	----

Sumber: Indomaret Aria Putra Swadaya 2018



Sumber: Indomaret Aria Putra Swadaya 2018

Gambar 1. Diagram Penjualan Indomaret Aria Putra Swadaya

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, terlihat adanya penurunan penjualan yang dialami Indomaret Aria Putra Swadaya Cabang Ciputat. Hal ini terlihat adanya fluktuasi data jumlah penjualan selama delapan bulan terakhir. Pada bulan Maret terjadi penurunan penjualan sebesar -12% dengan jumlah penjualan sebesar Rp.460.000.000 atau mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan Februari yang total penjualannya sebesar Rp. 500.100.000. Pada bulan Mei terjadi penurunan sebesar -10% dengan jumlah penjualan sebesar Rp.505.000.000 atau mengalami penurunan dibandingkan bulan April sebesar Rp. 510.000.000. Penurunan penjualan ini disebabkan karena masih banyak barang yang *expired* yang di pajang oleh Indomaret Aria Putra Swadaya Cabang Pamulang hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi para pelanggan yang berbelanja di Indomaret Aria Putra Swadaya Cabang Pamulang. Pada bulan Juni dan Juli Indomaret Aria Putra Swadaya Cabang Ciputat mengalami penurunan yaitu masing-masing sebesar -8% dan 14%. Penurunan ini terjadi karena tidak lengkapnya produk yang ditawarkan oleh Indomaret Aria Swadaya Cabang Ciputat, sehingga pelanggan pelanggan lebih memilih minimarket yang lain yang lebih lengkap produknya.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang ritel, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. Menurut Fandy Tjiptono (2012:176) "Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen". Pada tabel 2 dapat dilihat data Komplain pada Indomaret Cabang Aria Putra Swadaya Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.

Tabel 2.

Data Komplain Indomaret Aria Putra Swadaya Periode Januari Sampai Agustus 2018

Jenis Komplain Pelanggan	Bulan							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
Adanya parkir liar	10	12	13	17	15	18	19	13
Masih ada produk yang <i>expired</i>	11	16	9	10	15	16	15	12
Kelengkapan barang	18	16	17	19	9	15	16	20
Kasir yang lambat	13	19	14	15	16	17	18	19
Kasir hanya 1	15	9	19	14	10	18	19	16
Harga yang tidak sesuai dengan rak	10	13	18	19	22	20	17	18
Total Komplain	77	85	90	94	87	104	104	98

Sumber: Indomaret Aria Putra Swadaya 2018

Berdasarkan tabel 2 adanya peningkatan jumlah komplain dari pelanggan dari bulan Januari sampai Agustus 2018 mengenai pelayanan kasir yang lambat dan harga yang tidak sesuai dan sering berubah ketika di *scan* oleh kasir. Namun dari keseluruhan komplain,

jumlah komplain pada Indomaret Aria Putra Swadaya mengalami peningkatan setiap bulannya. Hal ini justru sangat merugikan perusahaan karena jumlah komplain yang terus meningkat akan mengakibatkan Indomaret Aria Putra Swadaya Cabang Ciputat kehilangan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:78) yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat. Sedangkan menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Tabel 3.
Jumlah Konsumen Indomaret Aria Putra Swadaya Periode Januari 2018 – Agustus 2018

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	8.730
2	Februari	8.990
3	Maret	9.000
4	April	8.851
5	Mei	8.853
6	Juni	8.900
7	Juli	8.700
8	Agustus	8.991

Sumber: Indomaret Aria Putra Swadaya 2018

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3 jumlah konsumen yang ada di Indomaret Aria Putra Swadaya mengalami fluktuatif dan mengalami kecenderungan penurunan. Penurunan yang signifikan terjadi pada bulan April yaitu sebesar 8.851 konsumen, hal ini diakibatkan karena konsumen merasa tidak puas oleh pelayanan yang dilakukan oleh Indomaret Aria Putra Swadaya Cabang Ciputat. Selain tidak puas, penurunan jumlah konsumen ini terjadi karena banyaknya jumlah complain yang meningkat setiap bulannya sehingga konsumen akan beralih ke minimarket yang memiliki pelayanan yang bagus. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian. Dimana variabel independennya yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan yang perlu dipertimbangkan untuk diteliti dengan menggunakan variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) berpendapat “Manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut”. Sedangkan menurut Basu Swastha (2014:27) mendefinisikan “Manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan operasional organisasi”.

Kualitas Produk

Adapun definisi kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) berpendapat “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012:129) "Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen".

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016:96) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H₁: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.
- H₂: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.
- H₃: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berupa angket. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen yang membeli produk dan mempunyai member di Indomaret Aria Putra Swadaya Kedaung Ciputat Tangerang Selatan berjumlah 8.991 konsumen periode Agustus 2018, dengan rumus Slovin didapat sampel sebanyak 100 konsumen.

Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Instrumen penelitian diuji coba dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen telah memenuhi persyaratan dilihat dari segi kesahihan/validitas maupun dari segi keterandalan/reliabilitasnya. Syarat uji validitas jika menggunakan SPSS adalah *Correlated* ini Menurut Sugiyono, (2013:182) kalau Uji Validitas pakai r tabel 0,3.

Menurut Suharsimi Arikunto (2012:221) reliabilitas adalah "Sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik". Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini, Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2013:184) adalah 0,6.

Menurut Duwi Priyatno (2012:73), "Analisis linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen". Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Andi Supangat (2011:350) “Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen”. Digunakan rumus Koefisien Determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Uji Hipotesis (Parsial)

Uji t berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis (Simultan)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) Uji F adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independennya terhadap variabel dependennya. f_{hitung} hasil perhitungan ini dibandingkan dengan f_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 10% (0,1) atau dengan *degree freedom* = $n - k$ dengan dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X_1)

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 12 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 250 dengan presentase 20,8%. Jawaban “Setuju” sebanyak 535 dengan presentase 44,6%. Jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 377 dengan presentase 31,4%. Jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 38 dengan presentase 3,2% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 dengan presentase sebanyak 0,0%. Kualitas produk (X_1) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari total skor sebesar 4597 dengan rata-rata skor sebesar 3,83 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

2. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X_2)

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 12 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 241 dengan presentase 20,1%. Jawaban “Setuju” sebanyak 558 dengan presentase 46,5%. Jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 378 dengan presentase 31,5%. Jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 20 dengan presentase 1,7% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 3 dengan presentase sebanyak 0,3%. Kualitas pelayanan (X_2) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari total skor sebesar 4614 dengan rata-rata skor sebesar 3,85 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

3. Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 12 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 300 dengan presentase 25%. Jawaban “Setuju” sebanyak 581 dengan presentase 48,4%. Jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 312 dengan presentase 26%. Jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 7 dengan presentase 0,6% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 dengan presentase sebanyak 0,0%. Kepuasan pelanggan (Y) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari total skor sebesar 4774 dengan rata-rata skor sebesar 3,98 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.



Uji Validitas

Tabel 4.
Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Kualitas Produk (X₁)			
No Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0.316	0,300	Valid
2	0.534	0,300	Valid
3	0.532	0,300	Valid
4	0.709	0,300	Valid
5	0.363	0,300	Valid
6	0.432	0,300	Valid
7	0.333	0,300	Valid
8	0.546	0,300	Valid
9	0.536	0,300	Valid
10	0.448	0,300	Valid
11	0.700	0,300	Valid
12	0.445	0,300	Valid
Kualitas Pelayanan (X₂)			
1	0.381	0,300	Valid
2	0.475	0,300	Valid
3	0.342	0,300	Valid
4	0.541	0,300	Valid
5	0.583	0,300	Valid
6	0.432	0,300	Valid
7	0.644	0,300	Valid
8	0.598	0,300	Valid
9	0.501	0,300	Valid
10	0.411	0,300	Valid
11	0.581	0,300	Valid
12	0.540	0,300	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
1	0.403	0,300	Valid
2	0.640	0,300	Valid
3	0.331	0,300	Valid
4	0.658	0,300	Valid
5	0.567	0,300	Valid
6	0.447	0,300	Valid
7	0.568	0,300	Valid
8	0.351	0,300	Valid
9	0.458	0,300	Valid
10	0.370	0,300	Valid
11	0.515	0,300	Valid
12	0.387	0,300	Valid

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Melihat tabel hasil uji validitas instrumen Kualitas Produk (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) Kinerja Karyawan (Y) yang terdapat 36 (Tiga Puluh Enam) instrumen pernyataan menunjukkan bahwa, seluruh butir instrumen memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,300 maka butir instrument dinyatakan valid, artinya seluruh instrumen pernyataan kuesioner yang digunakan sudah tepat dalam mengukur variabel penelitian



Uji Reliabilitas

Tabel 5.
Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Alpha Cronbacch	Syarat	Keterangan
1	Kualitas Produk (X_1)	0,718	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,728	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,692	0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Melihat hasil tabel di atas menunjukkan bahwa, instrumen variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari 36 (Tiga Puluh Enam) pernyataan menunjukkan koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* untuk semua variabel $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan handal dan tetap konsisten sebagai alat pengumpul data.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.704	2.903		4.031	.000
	Kualitas Produk (X1)	.317	.070	.358	4.503	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.465	.072	.514	6.467	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Melihat tabel 6 di atas diketahui persamaan regresi berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ adalah $Y = 11,704 + 0,317 X_1 + 0,465 X_2 + e$. Persamaan ini dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah pengaruh yang positif antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Persamaan regresi berganda ini dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta sebesar 11,704 menyatakan bahwa tanpa ada variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) maka kepuasan pelanggan (Y) tetap terbentuk sebesar 11,704 atau jika nilai kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilainya = 0 maka kepuasan pelanggan tetap memiliki nilai = 11,704. Yang artinya konsumen akan tetap puas tersebut meskipun kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang, karena pada dasarnya pelanggan memerlukan produk yang ada di Indomaret Aria Putra Swadaya untuk memenuhi keperluannya.
2. Variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,317. Artinya jika variabel kualitas produk (X_1) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2), tetap, maka kepuasan pelanggan (y) akan meningkat sebesar 0,317.
3. Variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,465. Artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_2) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk (X_1) tetap, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,465.



Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.609	2.591

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Berdasarkan tabel di atas hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0.616. Hal ini berarti 61.6% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel X₁ (kualitas produk) dan X₂ (kualitas pelayanan) sedangkan sisanya 38.4% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti misalnya promosi, harga dan ketersediaan produk.

Uji Koefisien Hipotesis (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.704	2.903		4.031	.000
	Kualitas Produk (X1)	.317	.070	.358	4.503	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.465	.072	.514	6.467	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Output SPSS yang di olah 2018

Pengaruh dari masing-masing variabel X₁ (kualitas produk) dan X₂ (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi (probabilitas) dimana semua variabel mempunyai arah yang positif dan berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi < 0,1. atau pada t tabel dengan nilai signifikansi 0,1 maka diperoleh t tabel 1,661 atau =TINV(0,1;97):

- 1) Pengaruh Kualitas Produk (X₁) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji parsial (uji t) antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung > t tabel (4,503 > 1,661) dan sig < 0,1 (0,000 < 0,1) sehingga Ho di tolak dan Ha diterima yaitu "terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan"
- 2) Pengaruh kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji parsial (uji t) antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung > t tabel 6,467 > 1,661) dan nilai sig < 0,1 (0,000 < 0,1) sehingga Ha diterima dan Ho ditolak yaitu "terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan"



Uji Koefisien Hipotesis (Simultan)

Tabel 9.
Hasil Uji Hipotesis Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1046.258	2	523.129	77.949	.000 ^b
	Residual	650.982	97	6.711		
	Total	1697.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $77,949 > 2,36$ dan nilai $sig < 0,1$ atau $0,000 < 0,1$ "terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan"

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,503 > 1,661$) dan $sig < 0,1$ ($0,000 < 0,1$).

Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,467 > 1,661$) dan nilai $sig < 0,1$ ($0,000 < 0,1$).

Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $77,949 > 2,36$ dan nilai $sig < 0,1$ atau $0,000 < 0,1$.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A, 2004. *"Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek"*. Edisi Pertama. Mitra Utama, Jakarta.
- Algifari, 2010, *"Analisis Regresi"*, Yogyakarta, 2010.
- Alma, Buchori, *"Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa"*, CV. Alfabetha, Bandung, 2011.
- Amirudin, Fatakh. 2016. *"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Casa D'Oro Restaurant Jakarta"*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
- Angipora Marius P. *"Dasar-Dasar Pemasaran"*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Arikunto, Suharsimi, *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2012.
- Ashari, Taufik. 2014. *"Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Kepada Keputusan Pembelian Pada Sevel Ciputat Tangerang Selatan"*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.

- Assegaf. 2016. *“Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Astra Autoparts”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Padjajaran.
- Astuti, Dwi, Yetti. 2014. *“Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Sanqua”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- David W. Craven *“Strategic Marketing”*, Mc-Graw Hill International, 2014.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. 2013. *“Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen”*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- G.R. Terry, & Rue, Leslie W. Rue, *“Dasar-dasar Manajemen”*, Bumi Aksara, Jakarta 2013.
- Ghozali, Imam, *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011
- Griffin, Jill. 2012. *“Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It”*. Simon and Chuster. Inc. New York.
- Harfani, Rachmat. 2014. *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester 8 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indraprasta”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). *Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa*.
- Hasan, Ali. 2013. *“Marketing”*. Media Utama., Yogyakarta.
- Hasibuan, SP, *“Dasar-dasar Perbankan”*, Haji Masagung, Jakarta, 2012.
- Hurriyati, Ratih, *“Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen”*, CV. Alfabetha, Bandung, 2012.
- Keller dan Armstrong, *“Prinsip-prinsip Pemasaran”*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip, *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi Keempat belas, PT. Indeks, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2003. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Alih Bahasa. PT Indeks. Edisi 9, Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2013. *“Manajemen Pemasaran”*. Erlangga. Edisi 13. Jakarta.
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Lupiyoadi, Rambat, 2012. *“Manajemen Pemasaran Jasa”*. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Marhaeni. 2015. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Persatuan Cinere”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.

- Nurkhasanah. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Nokia Di Semarang". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Prasetyo, Sigit. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mitra 10 Cabang Bintaro". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang.
- Purwaningsih. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Food Jakarta". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Rahmana, A. S., Haryoko, U. B., & Kurniawan, A. F. (2020). The Effect Of Giving Incentives, Work Facilities And Work Discipline On Sales Productivity At PT. Gramedia Asri Media Business Unit To Business Wholesale Jakarta. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(1).
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 4(1), 43-56.
- S Sugiyanto, Fd Febrianti - The Indonesian Accounting Review, 2021 the Effect Of Green Intellectual Capital, Conservatism, Earning Management, To Future Stock Return And Its Implications On Stock Return
- Santoso. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indolam Industries". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Simamora, Bilson, "Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Singgih Santoso, "SPSS Statistik Parametrik" Cetakan Kedua, PT. Elek Media
- Sudjana, "Metode Statistika, Penerbit Tarsito. Bandung. Edisi 6. 2005
- Sugiarto, T., Madu, L., & Subagyo, A. (2018). International Application Model Short-Long Term Between GDP and Consumption: Case Study Indonesia. *Economics*, 6(1), 81-90.
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D", Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2014.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Swastha, Bashu dan T. Handoko, "Manajemen Pemasaran Moderen", BPF, Yogyakarta, 2010..
- Syofian Siregar, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, "Service Quality and Satisfiation", Edisi tiga, Andi, Jakarta, 2012.
- Umar, Husen, "Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Zeithaml & Bitner, "Service Marketing", McGraw Hill Companies, Singapore, 2013.