

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FOTOCOPY
ROUDLOH JOMBANG**

ARTIKEL ILMIAH

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Program Pendidikan Ekonomi



Oleh :

AHMAD NASRULLOH

NIM. 152012

**SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA JOMBANG
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
2019**

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Fotocopy Roudloh Jombang

¹Ahmad Nasrulloh, ²Ninik Sudarwati

e-mail: lourepasar98@gmail.com

Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Fotocopy Roudloh Jombang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan model regresi linier berganda. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu : (1) konsumen yang datang dua kali, (2) pembelian di atas lima ribu rupiah.

Hasil dari penelitian ini secara parsial menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

This research purpose to analyze influence the quality of product and the quality of service toward the customer satisfaction. This research is done in Roudloh photocopy at Jombang. This research is quantitative with the analyze data uses multiple linier regression model. The size of the sample is taken as much as are 100 respondent who determined by Purposive Sampling technic, namely technic determination of sample with certain considerection: (1) consumer who coming twice, (2) purchasing above five thousand rupiah.

The result of this research partially shows the quality variable product takes positive effect to consumer satisfaction variable and the service quality variable takes positive effect to consumer satisfaction variable. Simultaneously shows that product quality variable and service quality variable together take positive effect and significant to consumer satisfaction variable.

Keyword : Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis usaha, dewasa ini semakin ketat. Seseorang yang mempunyai usaha akan dikatakan kuat apabila mampu bersaing dengan usaha orang lain. Apalagi jika jenis usaha tersebut sama persis dengan usaha orang lain, seorang pelaku usaha harus mempunyai keunggulan kompetitif agar tetap bisa bertahan. Kemampuan dalam menghasilkan produk yang baik dan memberikan pelayanan terbaik menjadi faktor utama seorang wirausaha.

Maulana (2017) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan yang diharapkannya. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsumen yang merasa puas memungkinkan akan kembali lagi dan menjadi pelanggan setia. Kebutuhan konsumen ini merupakan dasar atau landasan dimulainya pelaksanaan kegiatan pemasaran. Para pelaku usaha selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau langganan yang menjadi sasaran dari produk berupa barang atau jasa yang dihasilkannya.

Gitosudarmo (2000) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen. Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan para pebisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberikan keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Oleh karena itu, perusahaan melakukan pengembangan produk secara terus-menerus agar tidak gagal dengan para pesaing.

Pentingnya kualitas pelayanan juga dikemukakan oleh Anifaturrohmah (2015) bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan kepadanya dengan pelayanan yang diterimanya ketika berada di perusahaan lain. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan perusahaan tertentu, konsumen akan kembali lagi karena merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

Menurut Lupyoadi (2009), cara pandang konsumen sering kali mengarah pada nilai lebih suatu produk dan kinerja pelayanan yang diterimanya, serta membandingkannya dengan produk lain. Begitu pula dengan bisnis usaha fotocopy, fokus utamanya adalah yang pertama mengenai produk yang diberikan. Meskipun sama-sama usaha fotocopy, akan tetapi hasil produk yang dikeluarkan akan terlihat berbeda. Di samping itu, fokus yang kedua adalah pelayanan yang diberikan. Faktor pelayanan merupakan hal yang menjadi strategi utama dalam menarik konsumen. Jika produk yang dikeluarkan dan pelayanan yang diterima konsumen sangat baik, maka konsumen akan merasa puas.

Permasalahan yang terjadi di Fotocopy Roudloh saat ini adalah semakin banyaknya usaha fotocopy yang berdiri. Ada 4 usaha fotocopy yang berdiri di sekitar cabang Fotocopy Roudloh. Rata-rata usaha fotocopy pesaing setiap harinya dikunjungi 20 sampai 50 orang pelanggan. Persaingan yang terjadi sangat menuntut Fotocopy Roudloh mempunyai strategi khusus agar usaha bisnisnya tetap berjalan. Salah satu strategi yang sangat diperhatikan oleh Fotocopy Roudloh adalah hasil dari produk fotocopy dan pelayanan yang diberikan. Kedua faktor tersebut menjadi perhatian utama Fotocopy Roudloh karena para pesaing yang ada menerapkan strategi yang berbeda-beda agar masyarakat tertarik datang ke tempat mereka, sehingga membuat Fotocopy Roudloh semakin kehilangan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan aspek yang sangat penting bagi Fotocopy Roudloh dalam menjalankan bisnis usahanya. Bila konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan dari Fotocopy Roudloh, kemungkinan besar konsumen akan kembali lagi dan menjadi pelanggan setia. Jasa yang diberikan Fotocopy Roudloh kepada konsumen memiliki faktor kualitas tertentu baik dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Bahkan, ketika Fotocopy Roudloh banyak pekerjaan, para konsumen tetap datang meskipun berkasnya ditinggal dan kembali dalam jangka waktu tertentu untuk mengambilnya. Kedua faktor kualitas tersebut yang menjadi latar belakang konsumen merasa puas.

Berdasarkan permasalahan yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Fotocopy Roudloh Jombang dibutuhkan kualitas

produk dan kualitas pelayanan yang baik agar para konsumen tidak pindah ke para pesaing yang ada di sekitar Fotocopy Roudloh Jombang.

METODE PELAKSANAAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linear berganda. Penelitian ini berlokasi di Fotocopy Roudloh Jalan Dr. Sutomo No. 4 Jombang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Fotocopy Roudloh dengan ketentuan (1) konsumen datang dua kali, (2) konsumen melakukan pembelian diatas lima ribu rupiah.

Menurut Bungin (2011), data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari semua konsumen yang datang di Fotocopy Roudloh sesuai dengan kriteria sampel. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ada 3, yaitu menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi.

Menurut Arikunto (2006), instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Adapun instrumen dalam penelitian ini menggunakan pedoman angket (kuesioner), yaitu alat bantu berupa pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang datang ke Fotocopy Roudloh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan data dapat dinyatakan bahwa pengujian koefisien regresi secara parsial variabel kualitas produk (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05 ($0,017 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Pada pengujian koefisien regresi secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar

0,005 lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian koefisien regresi secara simultan menunjukkan semua variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh menunjukkan ada pengaruh variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,437 dengan taraf signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05 maka dengan demikian H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Ini menandakan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Fotocopy Roudloh Jombang.

Hasil ini didukung teori dari Gitosudarmo (2000) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen. Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan para pebisnis. Hal serupa juga didukung oleh Wulandari (2016) menyatakan bahwa produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas suatu produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,875 dengan taraf signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Ini menandakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Fotocopy Roudloh Jombang.

Hasil ini didukung teori dari Anifaturrohmah (2015) bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan kepadanya dengan pelayanan yang diterimanya ketika berada di perusahaan lain. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan perusahaan tertentu, konsumen akan kembali lagi karena merasa puas dengan pelayanan yang diterima. Hal serupa juga didukung oleh Rizqy (2016) yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan kunci sukses bagi perusahaan dalam menghadapi era kompetisi yang semakin tajam.

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 24,320 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dengan demikian H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Ini menandakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Fotocopy Roudloh Jombang.

Hal ini didukung oleh teori dari Alawiyah (2018) yang menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen yang pada dasarnya konsumen menilai kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu tingkat harapan yang telah mereka ciptakan atau telah terdapat di dalam pikiran mereka. Hal serupa juga didukung oleh Sembiring (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima. Kepuasan pelanggan tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen di Fotocopy Roudloh Jombang, melalui hasil perhitungan yang dilakukan dengan nilai F_{hitung} sebesar 24,320 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka kepuasan konsumen di Fotocopy Roudloh Jombang akan semakin meningkat.

SARAN

Disarankan kepada pemilik Fotocopy Roudloh Jombang hendaknya meningkatkan kualitas produk baik dari hasil fotocopy, laminating, pres mika maupun penjilidan yang diberikan kepada konsumen dengan cara selalu mengecek kondisi mesin baik mesin fotocopy, printer, sampai dengan mesin laminating dan selalu berkoordinasi dengan karyawan tentang apa saja yang menjadi kendala dalam melayani konsumen agar kualitas pelayanan yang diberikan bisa semaksimal mungkin. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan jasa yang diberikan Fotocopy Roudloh Jombang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ibuku yang telah memberikan do'a serta kepada keluarga besarku yang senantiasa memberikan dukungan. Bapak Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi terutama Dosen Pembimbingku Ibu Dr. Ninik Sudarwati, M.M yang telah memberikan bimbingan dan inspirasi kepada saya untuk menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Menginap Pada Hotel Diamond di Kota Samarinda*. Economic: Ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id
- Anifaturohmah, S. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Economic: Journal of Economic and Islamic Law, 5(2), 190-212.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF
- Lupyoadi, Rambat & Hamdani. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Mendorong Minat Beli Ulang di Gerai (Studi pada Pengguna Smartphone Samsung di Yogyakarta)*. repository.umy.ac.id.
- Rizqy, R. R., Warso, M. M., & Fathoni, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang)*. Journal of Management, 2(2).
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 15(1).
- Wulandari, R., Wardiningsih, S. S., & Widajanti, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Solo)*. Ekonomi dan Kewirausahaan, 16(2).