

Outline Journal of Management and Accounting

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJM/index>

Research Article

The Influence Of Product Quality And Service Quality On Customer Satisfaction At Toko Bangunan Sukses Abadi (Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Bangunan Sukses Abadi)

Eveline Stheny¹, Irvan Surya², Alvin Caesar³, Fenny Cindy Amelia⁴, Fidelis Iwan Syahputra Sihombing⁵, Musa Christian Siringoringo⁶, Agus Rahmadsyah⁷

Manajemen, STIE Eka Prasetya, Indonesia
Ekonomi, Universitas Negeri Medan

*Correspondence: E-mail: evelinestheny@gmail.com

Keywords:

Product Quality,
Service Quality,
Customer Satisfaction,

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Sukses Abadi. Teknik perolehan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan dan observasi secara langsung di Toko Bangunan Sukses Abadi. Teknik analisis data pada penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T dan uji F dengan program perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian melalui uji T menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Sukses Abadi.

Pendahuluan

Sektor usaha yang saat ini banyak digeluti oleh para pengusaha besar adalah sektor properti. Kondisi tersebut dikarenakan pertumbuhan penduduk yang bertambah seiring waktu dan kebutuhan terhadap tempat tinggal, lokasi kerja dan pusat perbelanjaan juga turut bertambah. Oleh sebab itu, para pemasok bahan dan alat bangunan sebagai sasaran utama pengusaha properti untuk memperoleh bahan baku menjadi semakin bersaing dalam menawarkan produk kualitas terbaik untuk menarik konsumen. Bidang usaha bahan bangunan yang semakin kompetitif saat ini menjadikan konsumen semakin selektif dalam memilih perusahaan yang benar – benar dapat menawarkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Ketika pembeli merasa cocok dengan produk yang dijual pastinya konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian. Kemudian, setelah melakukan pembelian dan pembeli tersebut merasakan manfaat dari penggunaan produk, maka akan terdapat suatu kepuasan yang diperoleh oleh pembeli.

Usaha bahan bangunan merupakan usaha yang sangat menguntungkan disamping karena adanya perkembangan zaman. Karena adanya pembangunan sektor konstruksi setiap waktu, hal tersebut memberikan peluang bagi pengusaha untuk mendirikan usaha bahan bangunan dengan nama Toko Bangunan Sukses Abadi yang merupakan toko yang menjual berbagai variasi bahan bangunan. Toko Bangunan Sukses Abadi berlokasi di Jalan Pancing II, Kecamatan Martubung, Kelurahan Medan Labuhan, Sumatera Utara. Adapun produk yang dijual di Toko Bangunan Sukses Abadi yaitu kayu, pasir, batubata, guli, koral, serti, tanah timbun, kusen, semen, seng, besi, bambu dan lain-lain yang tersedia dengan lengkap. Banyaknya varian produk yang di jual menjadikan para pelanggan lebih mudah dalam memilih produk sesuai kebutuhan. Toko Bangunan Sukses Abadi tidak hanya bergerak pada penjualan bahan bangunan secara offline saja, tetapi pemilik juga mengembangkan bisnisnya secara online mengingat adanya teknologi sudah semakin canggih dan berkembang sangat pesat, dan dampak dari perkembangan teknologi yang sangat terlihat di berbagai bidang yang juga didukung dengan mudahnya mengakses internet untuk kebutuhan pemasaran. Pemilik Toko Bangunan Sukses Abadi dalam menetapkan tingkat harga dari setiap barang yang di tawarkan sangat kompetitif dan lebih murah dibandingkan toko kompetitor karena Toko Bangunan Sukses Abadi mengambil barang dari produsen besar. Di Toko Bangunan Sukses Abadi, setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak akan mendapatkan bonus, dengan demikian para konsumen cenderung memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Bangunan Sukses Abadi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti kepada para pelanggan secara offline di Toko Bangunan Sukses Abadi, didapatkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan diduga menjadi faktor dominan yang memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam penggunaan produk.

Andriyani & Ardianto (2020) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan dan yang di terima. Kemudian, menurut Rasmikayati, et, al. (2020) kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Berdasarkan hasil observasi, para pelanggan memberikan tanggapan yang baik setelah penggunaan produk. Banyak pelanggan yang mengatakan bahwa barang yang dijual oleh Toko Bangunan Sukses Abadi memiliki standar kualitas yang tinggi dan sangat awet selama penggunaan jangka Panjang. Para pelanggan juga menanggapi barang yang dijual oleh Toko Bangunan Sukses Abadi memiliki harga yang terjangkau.

Dari pernyataan terhadap kualitas produk Toko Bangunan Sukses Abadi yang diberikan oleh pelanggan, menurut Susanti (2020), kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang di inginkan pelanggan. Kualitas produk yaitu kapasitas suatu produk pada saat menjalankan suatu fungsi yang mencakup keunggulan produk dalam segi mutu, daya tahan, kemudahan penggunaan, akurasi, kualitas produk, atau fitur nilai (Umami, Rizal, & Sumartik, 2016: 251). Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang di deskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan, juga merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa, pembikinan dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

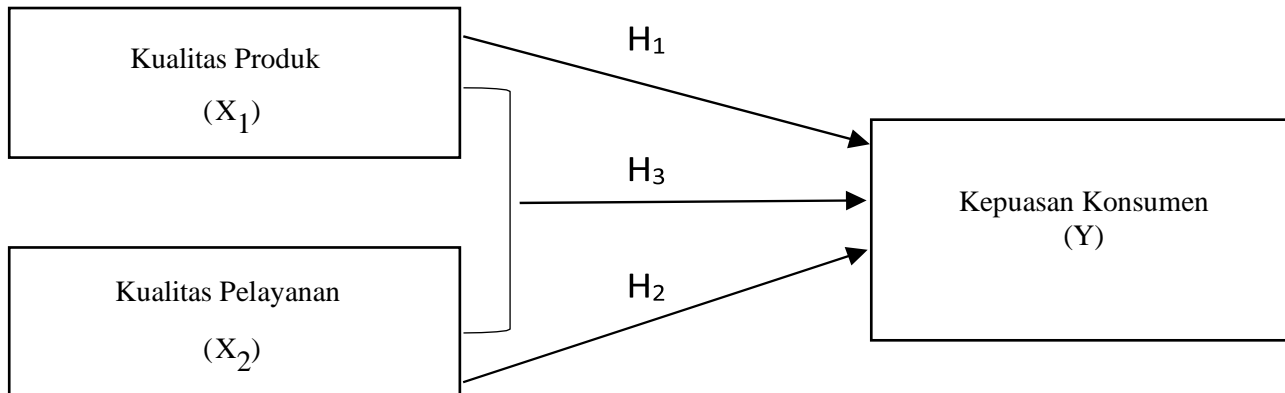
Selain kualitas produk, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Toko Bangunan Sukses Abadi di bidang penjualan bahan bangunan. Yulianto, et, al., (2020) menjelaskan bahwa perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa berkualitas dengan harga yang murah, penyerahan yang lebih cepat, dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan pada sebuah perusahaan dibidang pelayanan, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Mutu pelayanan yang diberikan perusahaan sangat berpengaruh terhadap tingkat profit yang diperoleh perusahaan. Kualitas Layanan (Service Quality) yang diuraikan oleh Mahira, et, al., (2021); Santosa, J et, al., (2020) didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima (Mariansyah & Syarif, 2020). Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen selaku pembeli.

Hipotesis

H1: Diduga terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sukses Abadi.

H2: Diduga terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sukses Abadi.

H3: Diduga terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sukses Abadi.



Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Toko Bangunan Sukses Abadi, dengan periode penelitian dari Februari 2023 hingga Mei 2023. Data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Wahyudi (2017:12), data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya. Sampel diambil menggunakan metode sampel, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan dari kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada 50 pelanggan Toko Bangunan Sukses Abadi. Data sekunder diperoleh dari data yang diberikan oleh perusahaan.

Untuk mendapatkan data relevan dalam penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Penulis menggunakan skala Likert untuk menilai tanggapan dari responden. Berikut definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan yaitu:

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Kualitas Produk (X ₁)	<ul style="list-style-type: none">• Performance (kinerja)• Durability (daya tahan)• Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)• Features (fitur)• Reliabilty (reliabilitas)

		<ul style="list-style-type: none"> • Aesthetics (estetika) • Perceived Quality (kesan kualitas) <p>Orville, Larreche, dan Boyd (2005: 422)</p>
2	Kualitas Pelayanan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Tangible (Berwujud) • Reliability (Kehandalan) • Responsiveness (Ketanggapan) • Assurance (Jaminan) • Empathy (Empati) <p>Hardiyansyah (2011:46)</p>
3	Kepuasan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harapan • Minat berkunjung Kembali • Kesiediaan merekomendasikan <p>Indrasari (2019:92)</p>

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada. Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (1)$$

Keterangan :

Y = Keputusan Memilih (dependent variabel)

X1 = Kualitas Pendidikan (independent variabel)

X2 = Fasilitas (independent variabel)

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien regresi

e = Standard Error

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Butir Pernyataan	Nilai Cronbach's alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	10	0.899	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	10	0.852	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	6	0.793	Reliabel

Dari hasil penelitian melalui SPSS diperoleh bahwa untuk kuisisioner penelitian telah lulus hasil uji validitas dengan keseluruhan butir pernyataan untuk variabel – variabel yang diteliti memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner adalah valid. Sementara untuk uji reliabilitas di dapati hasil bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel – variabel yang diteliti memiliki nilai diatas nilai Cronbach alpha minimal 0,6 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 2
Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,11004617
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,113
	Negative	-,077
Test Statistic		,113
Asymp. Sig. (2-tailed)		,133 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dalam pengujian asumsi klasik terdiri dari atas uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan dua metode, yakni metode grafik (Histogram dan Normal p-plot dan One Sample Kolmogorov-Smirnov. Dari hasil pengujian didapati bahwa semua data - data penelitian memiliki pola distribusi yang normal.

Pada Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa berdasarkan pengujian normalitas data dapat diperoleh nilai signifikan sebesar 0,113. Hasil pengujian normalitas Kolmogorov-smirnov membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,113. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal atau H_0 diterima.

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,442	2,265
	X2	,442	2,265

a. Dependent Variable: Y

Pada Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai nilai tolerance ($0,442 > 0,10$) dan nilai VIF ($2,265 < 10$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas. Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4 berikut dibawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3,008	1,740
	X1	,077	,041
	X2	,420	,052

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4 regresi linear diatas, maka dapat ditentukan persamaan regresinya sebagai berikut:
Kepuasan Pelanggan (Y) = 3,008 + 0,077 Kualitas Produk + 0,420 Kualitas Pelayanan + e.

Berdasarkan tabel 4 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda dimana jika nilai variabel bebas (X1) Kualitas Produk dan (X2) Kualitas Pelayanan bernilai 0 maka (Y) Kepuasan Pelanggan adalah tetap sebesar 3,008. Setiap peningkatan aspek Kualitas Produk (X1) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,077. Setiap peningkatan aspek Kualitas Produk (X2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Memilih (Y) akan meningkat sebesar 0,420.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai thitung (2,739) > ttabel (2,407) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Sukses Abadi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kumara, D., & Marlia, I. (2021), dimana menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Limas Prima Steel Kota Tangerang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai thitung (8,032) > ttabel (2,407) dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,05, bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Sukses Abadi. Hasil studi ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khairusy & Febriani (2020), yang menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan KFC Store Merdeka Bandung).

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa nilai Fhitung (102,995) > Ftabel (3,19) dengan signifikansi 0,00 < 0,05, bahwa variabel Kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Sukses Abadi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020) yang menjelaskan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah Bank.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Kualitas Produk (X1) secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada Toko Bangunan Sukses Abadi.
2. Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Sukses Abadi.
3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Sukses Abadi.

Daftar Pustaka

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan KFC Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 19-30.
- Kumara, D., & Marlia, I. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada pt limas prima steel kota Tangerang. *Scientific journal of reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 681-690
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- 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.
- Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude. 2005. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., Kusno, K., & Rizkiansyah, R. (2020). Analisis Faktor dan Tingkat Kepuasan Ditinjau dari Kualitas Produk dan Pelayanan pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 351-364.
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2020). Peran kepuasan di dalam memediasi Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank jateng cabang purwodadi. *Excellent*, 7(1), 16-24.
- Susanti, L. (2020). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 142-158.
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe, 250–257
- Yulianto, A. R., Subariyanti, H., & Wardhana, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL EKONOMI*, 22(2), 165-177.