



DOI: <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konfeksi Fizzul)

M Cholil Firdaus Mualo

Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia, m.cholil.firdaus.mualo-2021@feb.unair.ac.id

Corresponding Author: m.cholil.firdaus.mualo-2021@feb.unair.ac.id

Abstract: *Fizzul Confection itself is engaged in apparel confection. The main product is school uniforms. Konfeksi Fizzul is required to make appropriate and good innovations in serving consumers, overcoming competitors and in issuing products. The research method that will be applied this time is a survey method, namely research on 35 customers of CV Fizzul Putra Mandiri regarding the influence of service quality factors, product quality and product promotion on customer satisfaction. The results of the T test show that the service quality and promotion variables have a positive and significant impact on customer satisfaction, while the product quality variable has a negative and significant impact on customer satisfaction. The results of the F test show that the service quality and promotion variables have a positive and significant impact on customer satisfaction, while the product quality variable has a negative and significant impact on customer satisfaction. The results of the coefficient of determination test show the results of 90.4% means that the variable part of service quality, product quality and promotion affects customer satisfaction variables.*

Keyword: *Service Quality, Product Quality, Promotion, Customer Satisfaction*

Abstrak: Fizzul Confection sendiri bergerak di bidang apparel confection. Produk utamanya adalah seragam sekolah. Konfeksi Fizzul dituntut untuk melakukan inovasi yang tepat dan baik dalam melayani konsumen, mengatasi pesaing dan dalam mengeluarkan produk. Metode penelitian yang akan diterapkan kali ini adalah metode survey yaitu penelitian terhadap 35 pelanggan CV Fizzul Putra Mandiri mengenai pengaruh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 90,4% artinya variabel bagian kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada negara Indonesia terdapat banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM, berdasar dari data dari Kementerian Koperasi dan UKM terdapat 65,47 unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan dari tahun sebelumnya. Jumlah ini setara dengan 99,99% total usaha yang ada di Indonesia. 64,6 juta unit merupakan usaha mikro, 798,679 unit merupakan usaha kecil dan 65,465 unit merupakan usaha menengah (Data Indonesia, 2022).

Konfeksi Fizzul sendiri termasuk dalam UMKM kategori Usaha Menengah dikarenakan kekayaan bersihnya tidak mencapai lebih Rp 500,000,000,. Konfeksi Fizzul sendiri bergerak di bidang konfeksi pakain jadi. Untuk produk utamanya adalah seragam sekolah, seragam pramuka dan kostum olahraga sekolah. Seiring dengan perkembangan bisnis di konfeksi yang dinamis serta penuh dengan persaingan dengan konfeksi – konfeksi lainnya. Menuntut Konfeksi Fizzul untuk membuat inovasi yang tepat dan baik dalam melayani konsumen, mengatasi pesaing dan dalam mengeluarkan produk. Tanpa adanya adaptasi terhadap hal – hal berikut dapat membuat konfeksi Fizzul tenggelam di tengah pasar.

Berbagai produk sejenis diperjual belikan secara luas, hal ini membuat pelanggan menjadi amat leluasa untuk menentukan produk yang disesuaikan bersama kebutuhannya. Persoalan berikut, mendorong pelanggan untuk melakukan peninjauan ulang atas kualitas produk, kualitas pelayanan, dan juga promosi yang bisa memberikan kepuasan terhadap konsumen. Berdasar dari Djaslim Saladin (2003), Kepuasan konsumen merupakan rasa senang ataupun kecewa seorang individu yang bersumber dari perbandingan antara kesan dari konsumen tersebut pada kinerja sebuah produk serta harapan dari konsumen tersebut. Maka dari itu Kualitas Pelayanan merupakan cara untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang dapat mengarahkan pada profitabilitas perusahaan. Kualitas produk juga harus dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan hasil yang terbaik. Kegiatan promosi oleh konfeksi Fizzul harus selalu digencarkan mulai dari potongan harga, komisi hingga gratis ongkir.

METODE

Metode penelitian yang akan diterapkan kali ini merupakan metode survei yaitu riset yang dipakai guna melakukan pemecahan akan masalah isu dengan skala besar yang actual menggunakan populasi yang besar, yang menjadikan dibutuhkan sample berukuran besar. Populasi pada penelitian berikut yakni keseluruhan pelanggan konfeksi Fizzul pada tahun 2021 yang berjumlah 35 pelanggan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian berikut menggunakan *total sampling*. data yang dibutuhkan di penelitian kali ini adalah data primer dan sekunder. cara pengumpulan data terdapat menjadi 3 bagian observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis data yang dipakai di penelitian berikut merupakan analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Hubungan seluruh item pertanyaan pada variabel yang memiliki nilai r hitung $>$ r tabel ialah sebuah item pertanyaan yang valid untuk menggambarkan variabel. Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya 20 item pertanyaan merupakan valid.

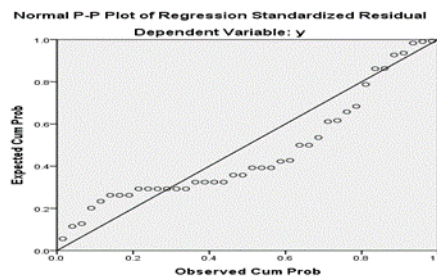
Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X 1.1	0.7161	0.3388	Valid
X 1.2	0.8131	0.3388	Valid
X 1.3	0.7976	0.3388	Valid
X 1.4	0.7847	0.3388	Valid
X 1.5	0.777	0.3388	Valid
X 2.1	0.658	0.3388	Valid
X 2.2	0.8717	0.3388	Valid
X 2.3	0.8245	0.3388	Valid
X 2.4	0.7803	0.3388	Valid
X 2.5	0.7672	0.3388	Valid
X 3.1	0.6595	0.3388	Valid
X 3.2	0.7474	0.3388	Valid
X 3.3	0.8145	0.3388	Valid
X 3.4	0.6589	0.3388	Valid
X 3.5	0.7738	0.3388	Valid
Y 1.1	0.8303	0.3388	Valid
Y 1.2	0.6243	0.3388	Valid
Y 1.3	0.8657	0.3388	Valid
Y 1.4	0.79	0.3388	Valid
Y 1.5	0.7651	0.3388	Valid

Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Kwalitas Pelayanan (X1)	0.829	Alpha Cronbach > 0.60 maka reliabel	Reliabel
Kwalitas produk (X2)	0.832		Reliabel
Promosi (X3)	0.783		Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.818		Reliabel

Hasil uji realibilitas menampilkan hasil yaitu koefisien (r) alpha hitung pada keseluruhan variabel lebih besar daripada kriteria yang ada / nilai kritis berjumlah 0,6 dengan nilai 0.829, 0.832, 0.783, dan 0.818 sehingga bisa dilakukan penarikan kesimpulan bahwasanya pertanyaan seluruh variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar ini memperlihatkan bahwasanya pengujian normalitas yang telah dilaksanakan oleh peneliti menunjukkan terdapat titik yang melewati arah garis linear dari kiri bawah ke kanan atas yang menjadikan variabel yang dilakukan pengujiannya menampilkan terdapatnya normalitas, maka melalui hal tersebut, variabel yang telah dilakukan pengujiannya telah lolos uji asumsi normalitas yang menjadi persyaratan.

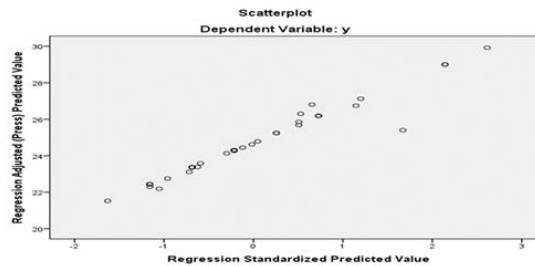
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^b	.914	.904	.647	1.542

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2
 b. Dependent Variable: Total_Y

Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya nilai durbin Watson berjumlah 1.542 nilai durbin Watson terdapat di antara -2 hingga +2 berarti tidak terdapat autokorelasi.

Uji Heterokedasitas



Uji Heteroskedastisitas ialah kondisi di mana ada sebuah ketidaksamaan varian dari error bagi seluruh pengamatan di tiap variabel bebas dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas bisa diamati dalam gambar berikut :

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.705	1.256		1.358	.183		
Total_X1	.418	.121	.458	3.461	.001	.141	7.102
Total_X2	.189	.119	.187	1.579	.123	.175	5.716
Total_X3	.126	.051	.164	2.446	.020	.548	1.824
Total_X4	.209	.076	.239	2.757	.009	.327	3.059

Uji multikolinearitas dilaksanakan guna melakukan pengujian mengenai apakah ada sebuah korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Multikolinearitas memiliki makna terdapatnya hubungan linier yang sempurna antara beberapa ataupun seluruh variabel yang memberikan penjelasan pada model regresi. Hasil uji multikolinearitas bisa diamati dalam tabel berikut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ialah sebuah model regresi yang mengikutsertakan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dilaksanakan guna tahu akan arah serta seberapa besar dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat model regresi linear berganda pada penelitian berikut yakni :

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.705	1.256		1.358	.183		
Total_X1	.418	.121	.458	3.461	.001	.141	7.102
Total_X2	.189	.119	.187	1.579	.123	.175	5.716
Total_X3	.126	.051	.164	2.446	.020	.548	1.824
Total_X4	.209	.076	.239	2.757	.009	.327	3.059

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji Hipotesis

Uji T

Uji T (Test T) merupakan satu di antara beberapa test statistik yang dipakai guna melakukan pengujian akan benar ataupun palsu nya hipotesis yang mengemukakan bahwasanya di antara 2 buah mean sampel yang dilakukan pengambilannya dengan random dari populasi yang tidak berbeda, tak ada perbedaan yang signifikan. Hasil dari pengujian T penelitian berikut bisa diamati dalam tabel berikut :

Variabel	Uji T	Alpha	Kesimpulan
Kwalitas pelayanan	0.001	0.05	Ho ditolak H1 diterima
Kwalitas produk	0.123	0.05	Ho diterima H1 ditolak
Promosi	0.020	0.05	Ho ditolak H1 diterima
Kepuasan konsumen	0.009	0.05	Ho ditolak H1 diterima

Uji F

Uji F mempunyai sebuah tujuan guna melakukan pencarian mengenai apakah variabel bebas dengan bersama – sama (stimultan) memberikan pengaruhnya kepada variabel dependen. Uji F dilaksanakan guna tahu akan pengaruh dari keseluruhan variabel bebas dengan bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F penelitian ini bisa diamati dalam tabel berikut :

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2
 b. Dependent Variable: Total_Y

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	19.888	32	.6215	1.478	.000 ^a
Total	198.912	33			
Error	179.024	1	179.024	425.88	

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memperlihatkan sejauhmanakah kontribusi variabel bebas pada model regresi sanggup memberikan penjelasan pada variasi dari variabel terikat. Koefisien determinasi bisa diamati menggunakan nilai R-square (R2) dalam tabel Model Summary.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.914	.904	.647	1.542

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2
 b. Dependent Variable: Total_Y

Pembahasan

Kwalitas pelayanan berhubungan dengan pelayanan yang diberikan oleh CV Fizzul Putra Mandiri kepada para pelanggan dengan memberikan potongan harga, jangka kredit pembayaran yang Panjang disertai pelayanan yang ramah mampu memberikan dampak baik terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Kwalitas produk terkait kualitas produk, kesesuaian produk, daya tahan dan kemasan dari CV Fizzul Putra Mandiri tidak berdampak pada kepuasan pelanggan. Terkait promosi yang yang diberikan CV Fizzul Putra Mandiri kepada setiap pelanggan melalui media promosi, pengiriman dan potongan harga mampu menciptakan kesan yang baik terhadap pelanggan.

Untuk hasil penelitian ini, memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk serta promosi dengan simultan mempengaruhi variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi yang diberikan oleh CV Fizzul Putra Mandiri kepada masing – masing pelanggannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil dalam bab terdahulu, terkhusus pada analisis serta pembahasan penelitian. Sehingga mampu disimpulkan beberapa poin yakni:

1. Hasil uji T memperlihatkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi secara positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara itu variabel kualitas produk mempengaruhi secara negatif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji F Menunjukkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil uji koefisien determinasi memperlihatkan hasil senilai 90,4 % berarti bagian variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 9.6% terdapat proporsi variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

CV Fizzul Putra Mandiri perlu meningkatkan kualitas pelayanan melalui system pembayaran yang mudah konsumen, meningkatkan kualitas produk melalui cek kualitas secara teliti dan meningkatkan promosi melalui media sesuai target pasar yang telah ditentukan. Harapannya penelitian selanjutnya mampu memberikan pandangan lebih terkait kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Kurniawan, Dedi Widjajanti, Erni, 2015 Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Djarum Super dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi.
- Ngatno, Canta, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang).
- Nisrina, Mella, Ramdan, Asep, Mulia, Faizal, Kekuatan Nilai Emosional dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi,
- Sunaryo, Bambang, Dinamika Strategi Pelayanan Outlet dan Kinerja Pemasaran
- Supiandi, Gojali, 2019. Penerapan Sistem Manajemen Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bogor.