

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PERUSAHAAN BATIK GEDOG HM. SHOLEH TUBAN

Dikan^{1*}, Yudi Supiyanto²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Roggolawe

*Email: dikanpe2016b@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan batik gedog HM. Sholeh Tuban. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen di Perusahaan batik gedog HM. Sholeh Tuban yang berjumlah 60 responden. Dan Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis korelasi berganda, dan Pengujian hipotesis menggunakan uji secara simultan (uji F), uji secara parsial (uji t) dan koefisien determinasi. Hasil pengujian pada batik gedok HM. Sholeh Tuban didapatkan pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,947 > 2,002$) dan nilai probabilitas $t_{hitung} < \alpha$ ($0,005 < 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,253 atau 25,3%. Sementara itu didapatkan pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil perhitungan regresi secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,901 > 2,002$) dan nilai probabilitas $t_{hitung} < \alpha$ ($0,000 < 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban sebesar 0,677 atau 67,7%. Kemudian hasil pengujian pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikansi secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban dengan hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($43,668 > 3,150$) dan nilai probabilitas $F_{hitung} < \alpha$ ($0,000 < 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,605 atau sebesar 60,5%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian pada era globalisasi menjanjikan kenyataan baru bahwa banyak sekali kemajuan dan perubahan yang ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, dan adanya distriminasi yang dilakukan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Pengaruh dari perkembangan perekonomian yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing - masing produk dan jasa tersebut. Semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha.

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen

terhadap suatu produk dapat terpenuhi. Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan - harapan pelanggan [1].

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Menurut Tjiptono [2] menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang maksimal akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Dan juga menjadi senjata perusahaan untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya

konsumen melainkan berdampak juga bagi calon konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang. Ada 5 elemen yang menyangkut kepuasan konsumen yaitu : 1. Harapan (expectations), 2. Kinerja (performance), 3. Perbandingan (comparison), 4. Pengalaman (experience), 5. Konfirmasi (confirmation) dan dikonfirmasi (disconfirmation) [3].

Kabupaten Tuban merupakan kota yang berada di Jawa Timur. Ada banyak perusahaan yang berdiri di Tuban seperti perusahaan batik gedog HM. Sholeh yang berada di kecamatan Kerek, kabupaten Tuban. Perusahaan batik gedog HM. Sholeh merupakan perusahaan yang memproduksi batik. Dari hasil survei di perusahaan batik gedog HM. Sholeh Tuban yang merupakan perusahaan besar di kabupaten Tuban, perusahaan batik gedog HM. Sholeh Tuban sudah meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan cukup baik seperti halnya kebersihan produk yang akan dijual dan keramahan setiap karyawan dalam melayani konsumen pada perusahaan batik gedog HM. Sholeh Tuban ditemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan cukup baik seperti halnya perawatan barang yang baik, kecepatan pelayanan yang baik, ruang tunggu yang nyaman, dan karyawan yang ramah, namun demikian masih banyak masalah-masalah yang ditemukan di dalam perusahaan tersebut, seperti Masih banyak konsumen yang sering komplain tentang produk maupun pelayanan yang ada di perusahaan batik gedog HM. Sholeh Tuban padahal perusahaan sudah berusaha sedemikian rupa untuk menjaga kualitas dan pelayanan supaya konsumen puas, selain itu lamanya proses pengerjaan batik gedog membuat konsumen komplain akibat dari pesanan mereka yang belum jadi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sutarna [4] penelitian kuantitatif berkaitan erat dengan teknik - teknik survei sosial termasuk wawancara terstruktur, kuisioner yang tersusun, analisis statistik dan masih banyak lagi.

Hasil dari teknik pengumpulan data melalui penelitian penyebaran angket yang dilakukan oleh peneliti kepada responden ini menggunakan beberapa teknik sebagai berikut [5,6]:

1. Uji validasi
2. Uji Reliabilitas
3. Analisis Regresi Linier Berganda
4. Analisis Korelasi Berganda
5. Pengujian hipotesis
 - a. Uji signifikan Parameter (Uji t)
 - b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)
 - c. Koefisien Determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas terhadap responden melalui kuesioner mengenai tanggapan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban. Hasil pengujian validitas selengkapanya dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 60 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,254. Artinya nilai item tiap variabel atau item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan konsumen (Y) akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (Corrected item total correlation) lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban sebanyak 18 pertanyaan diperoleh 18 item pertanyaan valid. Dan instrumen kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban sebanyak 6 pertanyaan diperoleh 6 item valid. Perhitungan hasil uji validitas instrumen angket responden dengan menggunakan IBM SPSS Statistik v.22.

Tabel 1. Hasil Uji SPSS Kualitas Produk

Item-Total Statistics				
variabel	Angket	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Ket.
Kualitas Produk (X1)	soal1	,805**	0,254	Valid
	soal2	,684**	0,254	Valid
	soal3	,786**	0,254	Valid
	soal4	,867**	0,254	Valid
	soal5	,853**	0,254	Valid
	soal6	,824**	0,254	Valid
	soal7	,762**	0,254	Valid
	soal8	,788**	0,254	Valid
	soal9	,636**	0,254	Valid
	soal10	,495**	0,254	Valid
Kualitas Pelayana n (X2)	soal1	,840**	0,254	Valid
	soal2	,658**	0,254	Valid
	soal3	,850**	0,254	Valid
	soal4	,754**	0,254	Valid
	soal5	,771**	0,254	Valid
	soal6	,652**	0,254	Valid
	soal7	,862**	0,254	Valid
	Soal8	,706**	0,254	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	soal1	,707**	0,254	Valid
	soal2	,730**	0,254	Valid
	soal3	,858**	0,254	Valid
	soal4	,872**	0,254	Valid
	soal5	,881**	0,254	Valid
	soal6	,749**	0,254	Valid

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah SPSS V. 22

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas terhadap responden melalui kuesioner mengenai tanggapan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban. Hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Ket.
X1 (Kualitas Produk)	0.913	10	Reliabel
X2 (Kualitas Pelayanan)	0.896	8	Reliabel
Y (Kepuasan Konsumen)	0.888	6	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS V. 22

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat nilai Cronbach Alpha (a). suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,6, dimana nilai 0,6 memiliki kriteria kurang baik, 0,7 cukup atau dapat diterima, dan diatas 0,8 dinyatakan baik.

Setelah dilakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini maka didapat dari data tabel 4.6 (Reliability Statistics) diketahui nilai Cronbach Alpha untuk variabel X1 sebesar 0,913 > 0,6; X2 sebesar 0,896 > 0,6; dan Y sebesar 0,888 > 0,6. Karena nilai Cronbach Alpha untuk variable X1 sebesar 0,913; X2 sebesar 0,896; dan Y sebesar 0,888 lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan Reliabel (Priyatno, 2009:172). Perhitungan hasil uji reliabilitas instrumen angket responden dengan menggunakan IBM SPSS Statistik.

Analisis Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan regresi berganda dimana akan diuji secara empirik untuk mencari hubungan fungsional dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat, atau untuk meramalkan dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Hasil uji linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Standardized		Collinearity Statistics
						Unstandardized Coefficients	Partial	
1 (Constant)	1,052	2,597		,405	,687			
Kualitas produk	,160	,054	,253	2,947	,005	,942	1,061	
Kualitas Pelayanan	,519	,066	,677	7,901	,000	,942	1,061	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS V. 22

Berdasarkan hasil dari *coefficients^a* diatas dapat dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Kepuasan konsumen = $\alpha + \beta_1$ kualitas produk + β_2 kualitas pelayanan + ϵ apabila nilai pada tabel diatas disubsitusikan maka akan diperoleh nilai sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan konsumen (Y)} = 1,052 + 0,160X_1 + 0,519X_2$$

- 1) Konstanta sebesar 1,052 artinya jika kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak ada maka kepuasan konsumen sebesar 1,052.
- 2) Koefisien Regresi X_1 sebesar 0,160 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,160, dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas produk, akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,160, dengan anggapan bahwa X_2 tetap.
- 3) Koefisien Regresi X_2 sebesar 0,519 artinya setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,519, dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan kualitas

pelayanan, akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,519, dengan anggapan bahwa X_1 tetap. tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Data hasil perhitungan SPSS menggunakan IBM SPSS v.22.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t. uji F dilakukan untuk membuktikan pengaruh secara serentak variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas atau *p-value* dengan taraf signifikansi 0,05. jika nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima, dan sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.

Hasil Uji-t

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Standardized		Collinearity Statistics
						Unstandardized Coefficients	Partial	
1 (Constant)	1,052	2,597		,405	,687			
Kualitas produk	,160	,054	,253	2,947	,005	,942	1,061	
Kualitas Pelayanan	,519	,066	,677	7,901	,000	,942	1,061	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS V. 22

H_0 : Tidak ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban

H_1 : Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban

Hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa pada variabel bebas kualitas produk (X1) seperti pada tabel 4.9 diatas diperoleh thitung sebesar 2,947 yang nilainya diatas ttabel 2,002 dan nilai probabilitas thitung sebesar 0,005 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian H1 diterima, yang artinya Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban. Data hasil perhitungan SPSS menggunakan IBM SPSS v. 22.

H0: Tidak ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban

H2: Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban

Hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa pada variabel bebas kualitas pelayanan (X2) seperti pada tabel 4.9 diatas diperoleh thitung sebesar 7,901 yang nilainya diatas ttabel 2,002 dan nilai probabilitas thitung sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian **H2 diterima**, yang artinya Ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban. Data hasil perhitungan SPSS menggunakan IBM SPSS v. 22.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	652,636	2	326,318	43,668	,000 ^b
Residual	425,948	57	7,473		
Total	1078,583	59			

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

Sumber: Data diolah SPSS V. 22

H0: Tidak ada pengaruh simultan secara signifikan antara variabel kualitas produk

dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban

H3: Ada pengaruh simultan secara signifikan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, di dapat F hitung sebesar 43,668 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban. Dengan demikian **H3 diterima**.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi kepuasan konsumen di batik gedog HM. Sholeh Tuban. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. nilai R² yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel kepuasan pelanggan. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,778 ^a	,605	,591	2,734	2,264

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS V. 22

Dari tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R) menunjukkan korelasi berganda yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilainya mendekati 1, maka hubungan semakin erat. Sebaliknya jika mendekati 0, maka hubungan semakin lemah. Angka R didapat 0,778, artinya korelasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,778. Hal ini berarti terjadi hubungan yang cukup erat, karena nilai R mendekati 1.

R square (R^2) pada tabel 4.11 diatas memiliki nilai sebesar 0,605 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 60,5%, sedangkan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Varabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Batik Gedog HM. Sholeh Tuban

Hasil pengujian pada variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban didapatkan nilai kualitas produk (X_1) yaitu t_{hitung} sebesar 2,947 dimana nilainya diatas t_{tabel} 2,002 dan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0,005 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian **H1 diterima**, yang artinya ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban.

Hasil penelitian ini mendukung dari temuan yang dikemukakan oleh Febby Gita Cahyani. 2014, dengan judul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (survey pada konsumen restoran ikan bakar Cianjur cabang Manyar Surabaya). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan masing – masing mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen masing – masing sebesar 71,6% dan 72,27% pada KFC cabang buah batu Bandng. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 63,4% dan sisanya 36,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya [7].

2. Pengaruh Varabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Batik Gedog HM. Sholeh Tuban

Hasil pengujian pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban didapatkan nilai kualitas pelayanan (X_2) yaitu t_{hitung} sebesar 7,901 dimana nilainya diatas t_{tabel} 2,002 dan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. dengan demikian **H2 diterima**, yang artinya ada pengaruh parsial secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban.

Hasil penelitian ini mendukung dari temuan yang dikemukakan oleh Gita

Ayushinta. 2013, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek 27 Brebes. menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari uji statistik uji t diperoleh nilai hitung $> t$ tabel sebesar (4,708 > 1,980) dengan nilai signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,219 mempunyai nilai positif, hal tersebut membuktikan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek Brebes, maka kepuasan konsumen juga semakin baik atau meningkat.

3. Pengaruh Varabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Batik Gedog HM. Sholeh Tuban

Hasil pengujian pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban didapatkan nilai F hitung sebesar 64,817 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban. dengan Demikian **H3 diterima**, yang artinya Ada pengaruh simultan secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban. Hal ini berarti semakin tinggi atau baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan batik gedok HM. Sholeh Tuban, maka kepuasan konsumen juga semakin baik atau meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung dari temuan yang dikemukakan oleh Tias windarti dan Mariaty ibrahim. 2016, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Donat madu cihanjuang pekanbaru yang menghasilkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada cv donat madu cihanjuang Pekanbaru.

Penelitian diatas juga memperkuat temuan yang dilakukan oleh Ari Susanto Wibowo. 2013 Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) yang berjudul “Pengaruh

Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Konsumen pada Warung Makan di kota Purwokerto". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di kota Purwokerto. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 4.027 + 0,476 X_1 + 0,119 X_2 + 0,285 X_3$. Hasil hipotesis secara simultan (uji F) didapatkan F hitung sebesar 51.991 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena profitabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, sedangkan hasil dari uji parsial (uji T) diperoleh T hitung untuk variabel harga sebesar 5,511 dan T hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 2,525 lalu T hitung untuk variabel nilai pelanggan sebesar 4,289 dimana profitabilitasnya lebih kecil dari 0, koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,477. Hal ini berarti 47,7% kepuasan konsumen pada rumah makan di kota Purwokerto dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Simpulan dan saran dari penelitian ini adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembatasan hasil analisis kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,947 > 2,002$) dan nilai probabilitas $t_{hitung} <$ dari 0,05 ($0,005 < 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban sebesar 0,253 atau 25,3%.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,901 > 2,002$) dan nilai probabilitas $t_{hitung} <$ dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban sebesar 0,677 atau 67,7%.

3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($43,668 > 3,150$) dan nilai probabilitas $F_{hitung} <$ dari 0,05 ($0,000 > 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di batik gedok HM. Sholeh Tuban sebesar 0,605 atau sebesar 60,5%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Marwanto, A. 2015. *Marketing Akses*. Penerbit Kobis. Yogyakarta.
- [2] Tjiptono, Fandy & Diana, A. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Penerbit Andy Offset. Yogyakarta.
- [3] Priansah, Doni J. 2017. *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- [4] Utama. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D*. Penerbit Fairuz Media. Surakarta.
- [5] Basith, Abdul, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan (*survei pada pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 11. No. 1*
- [6] Bahar, Arfiani dan Sjaruddin, Herman. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen. Vol. 3*.
- [7] Cahyani, Febby Gita. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 5. No. 3*.