

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI TOKO SOLO BARU KUALA

Selly Wulandari<sup>1</sup>, Weny<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia  
e-mail: <sup>1</sup>[Sellyw41@gmail.com](mailto:Sellyw41@gmail.com), <sup>2\*</sup>[estindo@gmail.com](mailto:estindo@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Baju Solo Baru Kuala. Objek pada penelitian ini yakni pelanggan di Toko Baju Solo Baru Kuala. Dasar dari pemilihan sampel ini adalah metode *non-probability* sampling menggunakan teknik sampel *accidental*. Data yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu data primer, data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 97 responden. Metode analisis yang dipakai ialah koefisien determinasi dengan bantuan spss 25. Peneliti menggunakan teori (Noviyanti, 2021:52). Menurut Ghazali uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai R-Square. Yang artinya perubahan variabel output/dependen (Y) yang disebabkan dari variabel input/independen (X), sebesar kuadrat koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X atau lebih terhadap variabel Y. Berdasarkan uji tersebut didapatkan hasil yang membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 57,304% terhadap kepuasan pelanggan dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*This study aims to test whether there is an effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Solo Baru Kuala Clothing Store. The object of this research is customers at the Solo Baru Kuala Clothing Store. The basis for selecting this sample is the non-probability sampling method using the accidental sample technique. The data applied in this study are primary data, data obtained from questionnaires distributed to 97 respondents. The analysis method used is the coefficient of determination with the help of spss 25. Researchers use the theory (Noviyanti, 2021: 52). According to Ghazali, the coefficient of determination ( $R^2$ ) test is to measure the model's ability to explain the variation in the independent variable on the dependent variable or it can also be said to be the proportion of the influence of all independent variables on the dependent variable. The coefficient of determination can be measured by the R-Square value. Which means the change in the output / dependent variable (Y) caused by the input / independent variable (X), as large as the square of the correlation coefficient ( $r^2$ ). The coefficient of determination serves to determine the contribution or contribution made by one or more X variables to variable Y. Based on this test, the results obtained prove that product quality and service quality have an influence of 57.304% on customer satisfaction and the rest is influenced by other factors not examined.*

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

### I. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang perkembangan pemasaran terjadi secara pesat, setiap

individu memiliki keinginan yang berbeda-beda, seperti sekarang dunia *fashion* telah mengalami perkembangan. Ini disebabkan

karena, dari dulu hingga sekarang ini, dunia *fashion* banyak di gemari, dunia *fashion* telah menjadi perjalanan yang penuh ide kreatif dan inovatif, yang selalu di ciptakan seiringan dengan perkembangan pemasaran. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan.

Seiring dengan perkembangan pemasaran, informasi mengenai perkembangan *fashion* dapat kita ketahui dengan mudah di internet. Namun persaingan yang semakin ketat dalam penjualan produk terutama yang bergerak dalam bidang *fashion*. Menjadikan masing-masing penjualan harus memberikan kualitas yang lebih baik dari pada pesaing, sebagai pelanggan akan selalu membandingkan harapan dan kualitas yang diterima. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk menjadi masalah yang sangat penting untuk dibicarakan karena dengan kualitas baik, suatu produk bisa bertahan dalam menghadapi persaingan dan akan diterima oleh pelanggan sebagai produk yang mereka harapkan. Pelanggan akan merasa puas jika produk sesuai harapan bahkan melebihi harapan pelanggan. Selain kualitas produk, kualitas layanan juga sangat berpengaruh terhadap ulasan atau yang biasa disebut *review* dari orang lain menjadi salah satu faktor keputusan pembeli.

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan dapat menyebabkan pelanggan *repeat order* atau pembelian ulang. Dan akan muncul hubungan yang baik antara pelanggan dan penjual. Selain itu, dengan adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka pelanggan bisa merekomendasikan kepada orang lain, serta memberikan umpan balik positif mengenai perusahaan yang dapat menguntungkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Menurut kutipan jurnal (Damanik et al., 2024:78) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan

terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. Karena pelanggan yang bahagia cenderung menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi pelanggan, merujuk produk atau layanan kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang, kepuasan pelanggan merupakan ukuran penting efektivitas perusahaan, menurut kutipan jurnal (Damanik et al., 2024:78) kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang dimiliki klien terhadap barang atau jasa yang mereka peroleh dari suatu perusahaan. Evaluasi pelanggan mengenai seberapa baik suatu barang atau jasa memenuhi atau melampaui aspirasi, persyaratan, dan harapan mereka disertakan dalam hal ini.

Menurut kutipan jurnal (Brayson, Ciamas elsera siemin, 2023:310) kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif) yang menyangkut fokus tertentu seperti ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi yang ditentukan pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, pengalaman).

Toko Baju Solo Baru Kuala merupakan toko yang didirikan sejak tahun 1983, dan merupakan toko baju pertama yang ada di Kuala. Produk yang ditawarkan dimulai dari pakaian sekolah, baju batik, kaos kaki hingga sepatu. Harga yang ditawarkan terjangkau, hal ini yang membuat Toko Baju Solo Baru Kuala semakin dikenal dan digemari orang dimulai dari pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga hingga bapak-bapak. Bagi mereka, untuk bisa menjadi lebih trendi dan tampil lebih menarik tidak harus mahal dan mengeluarkan uang berlebihan. Toko Baju Solo Baru Kuala selalu dinanti oleh penggemar setianya, karena produk yang diluncurkan selalu mengikuti tren masa kini.

Kualitas produk sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk yang

dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada akhirnya akan

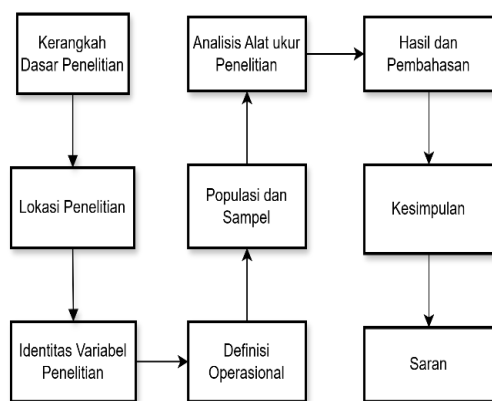
berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Namun kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Solo Baru Kuala masih cenderung kurang maksimal karena produk yang dibuat kurang lengkap hanya untuk ukuran tertentu dan kualitas produk masih perlu ditingkatkan karena ketersediaan produk yang terbatas, oleh karena itu kualitas produk di Toko Baju Solo Baru Kuala masih perlu ditingkatkan.

Selain itu meningkatkan kualitas layanan, dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Kualitas layanan yang ada di Toko Baju Solo Baru Kuala masih perlu ditingkatkan karena tempat yang panas, karyawan kurang cekatan dalam melayani pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing dipasar.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Flowchart Penelitian

Dibawah ini merupakan alur penelitian yang di gambarkan dalam bentuk flowchart:



**Gambar 1 Flowchart Penelitian**

### 2.2 Kerangka Dasar Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif asosiatif, metode kuantitatif yaitu metode yang meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan

menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Kuesioner, obesrvasi, wawancara dan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau penyajian tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut (Sugiyono, 2022:29) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Maka dari itu, dalam sebuah penelitian diperlukan suatu metode yang dapat memudahkan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian.

### 2.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Baju Solo Baru kuala. Jl. Hidayatullah No.16. Namun Mbelin, Kec Kuala, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara 20772. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2024 - Juli 2024.

### 2.4 Identitas Variabel Penelitian

Menurut (Noviyanti, 2021:39) variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jenis-jenis variabel sebagai berikut:

#### 1. Variabel Independen

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

#### 2. Variabel Dependen

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas.

#### 3. Variabel Moderator

Merupakan variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini sering disebut sebagai variabel independen kedua.

#### 4. Variabel Intervening (Antara)

Merupakan variabel antara atau mediasi yang digunakan untuk memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen.

#### 5. Variabel Kontrol

Merupakan variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independent terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti.



Peneliti menggunakan dua variabel independen (variabel X1 dan X2), yaitu kualitas produk dan kualitas layanan serta satu variabel dependen (variabel Y), yakni kepuasan pelanggan.

2.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dari masing-masing variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel X1 (Misadiwana, 2024)

| Variabel                      | Definisi                                                                                                              | Indikator                                              |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Variabel X1 (Kualitas Produk) | Kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. | Berbagai macam variasi produk                          |
|                               |                                                                                                                       | Daya tahan produk                                      |
|                               |                                                                                                                       | Kualtas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen |
|                               |                                                                                                                       | penampilan kemasa produk                               |
|                               |                                                                                                                       | kualitas produk terbaik dibandingkan merek lain        |

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel X2 (Chandra, 2023)

| Variabel                       | Definisi                  | Indikator |
|--------------------------------|---------------------------|-----------|
| Variabel X2 (Kualitas Layanan) | kualitas pelayanan adalah | Keandalan |

|          |                                                                                                                    |             |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Layanan) | kondisi yang erat kaitannya dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya. | Ketanggapan |
|          |                                                                                                                    | Jaminan     |
|          |                                                                                                                    | Empati      |
|          |                                                                                                                    | Berwujud    |

Tabel 3 Definisi Operasional Variabel Y (NS Ramadhini, 2022)

| Variabel                        | Definisi                                                                                                                                        | Indikator                   |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) | kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dari kinerja produk dengan harapannya | Kesesuaian harapan          |
|                                 |                                                                                                                                                 | Minat berkunjung kembali    |
|                                 |                                                                                                                                                 | Kesediaan merekomen dasikan |
|                                 |                                                                                                                                                 |                             |

2.6 Populasi dan Sampel Penelitian

2.6.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022:32) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Baju Solo Baru Kuala.

### 2.6.2 Sampel

Menurut (Rusli, 2020:15) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Karena populasi semua pelanggan dalam penelitian ini tidak diketahui. Maka, penulis menggunakan rumus populasi yang tidak diketahui (Lemeshow Formula) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times Pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

z : Tingkat kepercayaan yang di butuhkan dalam sampel, yaitu 95%

p dan q : Probabilitas benar dan salah

e : Margin kesalahan 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka di peroleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 \times Pq}{e^2} \\ n &= \frac{1.96^2 \times 50.50}{0.1^2} \\ n &= \frac{3.8416 (2500)}{0.1} \\ n &= 96.040 \end{aligned}$$

n = 97 (setelah di bulatkan)

Sesuai dengan hasil diatas, hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian adalah 96,04 responden, dan penulis genapkan menjadi 97 orang.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh Peneliti adalah dengan teknik *non- probability sampling*.

Tenik yang diambil adalah *incidental sampling* atau teknik menentukan sampel secara kebetulan dan dianggap cocok atau layak sebagai sumber data. Teknik ini sering digunakan apabila peneliti tidak tahu jumlah dari populasi penelitian. Dalam menghitung jumlah sampel menggunakan

teknik *non-probability* sampling dengan pendekatan *incidental sampling*.

## 2.7 Data Penelitian

### 2.7.1. Jenis dan Sumber Data

Menurut (Laura, 2023:26) Data berdasarkan sumbernya terbagi kedalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer merujuk pada sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, contohnya adalah data yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner atau data hasil wawancara antara peneliti dengan narasumber. Narasumber atau objek penelitian menjadi sumber data primer, yang memungkinkan peneliti untuk terlibat secara langsung dalam pengamatan dan pencatatan tanggapan yang diberikan oleh objek penelitian.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merujuk pada data pendukung, seperti jurnal ilmiah dan buku, yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian dan sebagai pembandingan dengan temuan hasil penelitian. Data sekunder memberikan dukungan berupa informasi yang telah diperoleh sebelumnya oleh peneliti lain, dan digunakan untuk memberikan konteks dan perspektif yang lebih luas terhadap isu yang diteliti.

Data yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu data primer.

### 2.7.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data dengan metode pembagian kuesioner tertutup. kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner tertutup merupakan salah bentuk kuesioner yang sudah disediakan pilihan jawabannya, sehingga para responden hanya bisa memilih salah satu jawaban dari beberapa jawaban yang disediakan.

Dalam penlitian penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan *persepsi* seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2022:38).

**Tabel 4 Kriteria Skor Kuesioner Penelitian**

| Keterangan          | Simbol | Skor |
|---------------------|--------|------|
| Sangat Setuju       | SS     | 5    |
| Setuju              | S      | 4    |
| Kurang Setuju       | KS     | 3    |
| Tidak Setuju        | TS     | 2    |
| Sangat Tidak Setuju | STS    | 1    |

Sumber: (Sugiyono, 2022:38)

## 2.5 Analisis alat ukur Penelitian

Analisis penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Analisis Data Penelitian

#### 3.1.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-

Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal, jika signifikansi  $> 0.05$ .

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 97                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2.57031065              |
|                                  |                |                         |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .072                    |
|                                  | Positive       | .072                    |
|                                  | Negative       | -.060                   |
| Test Statistic                   |                | .072                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah 0.200 yang dimana lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dapat berdistribusi normal.

## 3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 3.2.1. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi terjadi gejala multikolinearitas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.



Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficientsa |                             |            |                           |       |      |                         |     |       |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-----|-------|
| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |     |       |
|               | B                           | Std. Error |                           |       |      | Tolerance               | VIF |       |
|               |                             |            |                           |       |      |                         |     |       |
| 1 (Constant)  | 7.074                       | 3.367      |                           | 2.101 | .038 |                         |     |       |
| X1            | .511                        | .057       | .619                      | 9.044 | .000 | .971                    |     | 1.030 |
| X2            | .447                        | .055       | .553                      | 8.093 | .000 | .971                    |     | 1.030 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil output tabel diatas, dapat dilihat bahwa model regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas karena nilai VIF  $VIF < 10$  dan tolerance  $> 0,1$ .

3.2.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Coefficientsa |                             |            |                           |       |       |      |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|------|
| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | t     | Sig. |
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |      |
| 1             | (Constant)                  | 8.146      | 3.262                     |       | 2.498 | .015 |
|               | X1                          | -.086      | .057                      | -.170 | 1.494 | .139 |
|               | X2                          | -.045      | .045                      | .115  | 1.009 | .316 |

Sumber: SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil output tabel diatas, diketahui bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, karena variabel bebas X1(kualitas produk) memiliki nilai signifikansi 0,139 dan X2 (kualitas layanan) memiliki nilai signifikansi 0,316 yang dimana kedua nilai tersebut  $> 0,05$ .

3.3 Hasil Metode Analisa Data

3.3.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Menurut (Ichsan, 2021:34) analisis korelasi adalah analisis hubungan dua variabel atau lebih, yaitu antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis korelasi juga dapat diartikan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel-variabel, ukuran derajat hubungan tersebut dinamakan koefisien korelasi, yang dilambangkan dengan nilai  $r_{xy}$ .

Tabel 8 Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interpretasi Koefisien | Tingkat Hubungan |
|------------------------|------------------|
| 0.00 – 0.199           | Sangat Lemah     |
| 0.20 – 0.399           | Lemah            |
| 0.40 – 0.599           | Cukup            |
| 0.60 – 0.799           | Kuat             |
| 0.80 – 1.000           | Sangat Kuat      |

Sumber: (Ichsan, 2021:34)

Metode Korelasi antara lain yaitu *Pearson Product Moment*, *Kendall's Tau*, dan *Rank Spearman* masing-masing bisa digunakan bergantung jenis dan tipe datanya. Jika data yang digunakan data berskala interval atau rasio maka metode yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*, sebaliknya jika data yang dimiliki data berskala ordinal, maka metode yang digunakan adalah *Kendall's tau* atau *Rank Spearman*.

**Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Korelasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |                   |          |     |     |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               |
|                            |                   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1                          | .757 <sup>a</sup> | .573     | .564              | 2.598                      | .573              | 63.050   | 2   | 94  | .000          |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan adalah  $< 0,000$  maka dikatakan korelasi antara variabel, dan nilai  $r = 0,757$  artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk (x1) dan kualitas layanan (x2) terhadap kepuasan pelanggan (y).

### 3.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisiensi determinasi merupakan nilai yang menunjukkan besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (Noviyanti, 2021:52) uji koefisien determinansi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai R-Square. Yang artinya perubahan variabel output/dependen (Y) yang disebabkan dari variabel input/independen(X), sebesar kuadrat koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X atau lebih terhadap variabel Y.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan

Kd = Koefisien Determinasi

r = Kuadrat Koefisien Korelasi

**Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .757 <sup>a</sup> | .573     | .564              | 259.751                    |

a. Predictors: (Constant), K. Layanan, K. Produk

Sumber: SPSS 25 (2024)

Rumus pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut:

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

$$KD = (0.757)^2 \times 100\%$$

$$KD = 57,304\%$$

Dari hasil perhitungan tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 57,304%.

### 3.3.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda berfungsi untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Menurut (Rusli, 2020:18), analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X1) (X2) terhadap variabel terikat (Y).

Model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1= Kualitas Produk

X2= Kualitas Layanan

$\alpha$  = Konstanta

b1 = Koefisien kualitas Produk

b2 = Koefisien Kualitas Layanan

**Tabel 11 Hasil Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |      |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1                         | (Constant)                  | 7.074      | 3.367                     |      | 2.101 | .038 |
|                           | X1                          | .511       | .057                      | .619 | 9.044 | .000 |
|                           | X2                          | .447       | .055                      | .553 | 8.093 | .000 |

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: SPSS 25 (2024)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 7.074 + 0.511X_1 + 0.447X_2$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Apabila kualitas produk dan kualitas layanan mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 7.074.
2. Koefisien kualitas produk (X1) adalah sebesar 0,511 yang artinya jika kualitas produk mengalami peningkatan atau penambahan satu satuan maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan 0,511.
3. Koefisien regresi kualitas layanan (X2) adalah sebesar 0.447 yang artinya jika kualitas layanan mengalami peningkatan atau penambahan satu satuan maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.447.

### 3.4 Hasil Uji Hipotesis

#### 3.4.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Iii, 2021:53). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variable independent terhadap variabel dependen dengan mengansumsikan bahwa variabel indepeden lain dianggap konstant.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai sig < 0.05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

- b. Jika nilai sig > 0.05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

**Tabel 12 Uji Parsial (Uji T)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |      |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1                         | (Constant)                  | 7.074      | 3.367                     |      | 2.101 | .038 |
|                           | X1                          | .511       | .057                      | .619 | 9.044 | .000 |
|                           | X2                          | .447       | .055                      | .553 | 8.093 | .000 |

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: SPSS 25(2024)

Berdasarkan tabel output diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai signifikansi variabel kualitas produk adalah sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05, maka kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan  $H_{01}$  ditolak.
2. Nilai signifikansi variabel kualitas layanan adalah sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05, maka kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan  $H_{02}$  ditolak.

#### 3.4.2 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Putra, 2020:39). Uji Hipotesis simultan (Uji F) adalah pengujian yang menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat.

Dengan kriteria pengambilan keputusan:

- a.  $H_0$  diterima bila Signifikansi > 0,05 (tidak berpengaruh)
- b.  $H_0$  ditolak bila Signifikansi < 0,05 (berpengaruh)

**Tabel 13 Uji Parsial (Uji T)**ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 850.807        | 2  | 425.404     | 63.050 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 634.224        | 94 | 6.747       |        |                   |
|       | Total      | 1485.031       | 96 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, kualitas layanan

Sumber: SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### Pembahasan

Dari hasil pengelolaan data yang dilakukan penulis, diperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

a. Berdasarkan uji normalitas yang digunakan menunjukan bahwa nilai kolmogorov smirnov untuk kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan 0,200 yang artinya data berdistribusi normal (lebih besar dari 0,05).

b. Berdasarkan uji multikolinearitas penelitian ini menunjukan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan atau nilai *tolerance* lebih dari 0.01 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi data yang diolah tidak memiliki masalah multikolinearitas.

c. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikansi setiap variabel independen lebih besar dari 0.05.

d. Berdasarkan uji koefisien korelasi yang dilakukan menunjukan bahwa nilai koefisien korelasi antara kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,757, yang berarti kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan korelasi yang kuat.

e. Hasil uji nilai koefisien determinasi adalah sebesar 57,304% yang artinya kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 57,304% terhadap kepuasan pelanggan.

f. Hasil uji regresi liner berganda menghasilkan persamaan model regresi  $Y = 7,074 + 0.511(X_1) + 0.447(X_2)$  yang artinya setiap pertambahan 1 satuan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan langgan sebesar 0.511 kali dan bertambahnya 1 satuan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.447 kali.

g. Hasil uji parsial (uji T) menunjukan bahwa nilai signifikansi kualitas produk dan kualitas layanan lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  dan  $H_{a2}$  diterima. Begitu pula dengan hasil uji simultan (uji F) diterima. Begitu pula dengan hasil uji simultan (uji F) yang menunjukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Solo Baru Kuala. Kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membangun kepercayaan, loyalitas, dan pengalaman positif. Sedangkan kualitas layanan yang baik, dampaknya lebih besar, seperti pelanggan lebih loyal, lebih sering membeli, dan merekomendasikan ke orang lain. Kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan di Toko Solo Baru Kuala. Besarnya pengaruh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) sebesar 57,304% sedangkan sisanya lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian ini Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan,



di mana perhatian tidak hanya difokuskan pada satu aspek saja, melainkan juga pada aspek kualitas produk dan kualitas layanan. Dengan demikian, untuk memperkuat kepuasan Pelanggan, Toko Solo Baru Kuala perlu memperhatikan semua aspek ini secara serentak. Dengan meningkatkan kualitas produk dan memastikan layanan yang baik, Toko Solo Baru Kuala dapat memperkuat hubungannya dengan konsumen dan meningkatkan daya saing dipasar.

#### IV. SARAN

Berdasarkan hasil uji di atas ada beberapa hal yang dapat disarankan penulis, yaitu:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi data jawaban responden diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Baju Solo Baru Kuala. Pada data penelitian ini ditemukan bahwa masih terdapat pelanggan yang mengeluh akan masalah variasi produk yang tidak banyak. Penulis menyarankan Toko Baju Solo Baru Kuala untuk lebih memperbanyak variasi produk.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi data jawaban responden diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko baju solo baru kuala. Pada data penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pelanggan yang mengeluh akan masalah kecepatan karyawan ketika mencari barang yang diinginkan dan ruangan toko. Penulis menyarankan agar Toko Baju Solo Baru Kuala bisa lebih mempercepat pengambilan/pencarian barang di gudang agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama. Begitu juga dengan ruangan toko, Toko Baju Solo Baru Kuala sebaiknya menambah kipas angin dibeberapa sisi toko, sehingga pelanggan merasa nyaman, dan datang membeli kembali produk Toko Baju Solo Baru Kuala.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa kepuasan pelanggan toko baju solo baru kuala sebanyak 57,304% dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas layanan dan 42,696% dipengaruhi

oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- Brayson, Ciamas elsera siemin, nugroho ngajudin. (2023). *E-SERVQUAL MODEL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN MAHASISWA DI POLITEKNIK CENDANA , MEDAN*. 307–319.
- Chandra, S. (2023). *TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PT . MEGA INOVASI JAYATAMA*. 262–279.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Ichsan. (2021). Hubungan Antara Kelembaban Relatif Dengan Beberapa Variabel Iklim Dengan Pendekatan Korelasi Pearson di Samudera Hindia. *Jurnal Siger Matematika*, 2(1), 25–33.  
<https://doi.org/10.23960/jsm.v2i1.2753>
- Iii, B. A. B. (2021). *Metode penelitian 3.1*. 25–36.
- Laura. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51–66.  
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1>
- Misadiwana, I. (2024). *Analisis Potensi Pasar Pada Produk Kosmetik Wardah*. 2(1), 458–469.
- Noviyanti. (2021). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Financial Literacy Mahasiswa Di Kota Batam.



- Batam, 56.  
<http://repository.upbatam.ac.id/984/3/covers.d.bab.III.pdf>
- NS Ramadhini. (2022). Indikator kepuasan pelanggan. *Journal Ilmiah*, vol 5 no 2, 11.  
[http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB 2%29.pdf](http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB%2029.pdf)
- Putra, N. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Wifi Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Angkringan Wedangan Ponorogo*. 1–23.
- Rusli. (2020). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Sugiyono. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 1–20.  
<http://repositori.unsil.ac.id/10374/13/13.BAB.III.pdf>