



## The Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Satisfaction At Heri Manna Photocopy Shop, South Bengkulu Regency

### Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Fotocopy Heri Manna Kabupaten Bengkulu Selatan

Tiara Dwi Anggriani <sup>1)</sup>; Ida Ayu Made E. G. <sup>2)</sup>; Wagini <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [tiaradwiangraini26@gmail.com](mailto:tiaradwiangraini26@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [07 Mei 2024]  
Revised [25 Juni 2024]  
Accepted [30 Juni 2024]

#### KEYWORDS

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Mesin fotokopi adalah suatu alat untuk menyalin kembali dokumen atau ilustrasi dengan menggunakan cahaya, panas, bahan kimia, atau muatan listrik statis. Penyempurnaan mesin fotocopy terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari fotocopy hitam putih menjadi fotocopy berwarna yang menyerupai aslinya. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Fotocopy Heri Manna Bengkulu Selatan. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Kofesien Determensi, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f dengan Jumlah sampel yang diteliti 90 Orang Konsumen Fotokopy Heri. Hasil Analisis regresi linear berganda tersebut adalah Persamaan :  $Y = 13,152 + 0,477 X1 + 0,225 X2 + e$ , hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya variabel kualitas produk (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan (Y) di Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan. Besarnya nilai koefisien determinasi dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square sebesar 0,851. Hal ini berarti bahwa nilai kualitas produk (X1) dan nilai kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 85,1% sedangkan sisanya 14,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Jadi kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### ABSTRACT

A photocopier is a tool for recopying documents or illustrations using light, heat, chemicals or static electric charges. Photocopy machines continue to be improved to meet people's needs, starting from black and white photocopies to color photocopies that resemble the original. The purpose of this research is to prove that product quality and service quality influence customer satisfaction at Heri Manna Photocopy, South Bengkulu. This type of research uses quantitative research. The analytical method in this research uses Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination, and hypothesis testing using the t test. The number of samples studied was 90 Heri Photocopy consumers. The results of the multiple linear regression analysis are the equation:  $Y = 13.152 + 0.477 X1 + 0.225 X2 + e$  at Heri Photocopy, South Bengkulu Regency. The value of the coefficient of determination from the calculation results using SPSS can be seen from the coefficient of determination from R square of 0.851. This means that the product quality value (X1) and service quality value (X2) influence customer satisfaction (Y) by 85.1% while the remaining 14.9% is influenced by other variables not examined in the research. So product quality and service quality have a very significant influence on customer satisfaction.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan dunia bisnis semakin hari semakin berkembang. Segala kegiatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu teknologi yang banyak dimanfaatkan adalah mesin fotocopy. Sebelum adanya mesin fotocopy, pekerjaan yang banyak dilakukan menggandakan suatu dokumen atau catatan hanya dapat dikerjakan secara manual.

Mesin fotokopi adalah suatu alat untuk menyalin kembali dokumen atau ilustrasi dengan menggunakan cahaya, panas, bahan kimia, atau muatan listrik statis. Penyempurnaan mesin fotocopy terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari fotocopy hitam putih menjadi fotocopy berwarna yang menyerupai aslinya. Selain itu, mesin fotocopy saat ini dapat beroperasi dengan lebih cepat (Hendri Hananto: 2018)

Kecanggihan pada mesin fotocopy ini membuat peluang usaha yang menarik. Meskipun demikian lokasi merupakan salah satu hal yang paling penting dalam bisnis fotocopy. Umumnya, bisnis fotocopy selalu dekat dengan perkantoran, kampus, sekolah, dan juga tempat dengan keramaian yang padat seperti jalan raya. Perguruan tinggi atau kampus merupakan pasar paling potensial untuk bisnis fotocopy.

Mahasiswa perguruan tinggi sangat membutuhkan fotocopy, baik untuk penggandaan catatan kuliah, skripsi, maupun tugas. Oleh karena itu, bisnis fotocopy lebih berpeluang berada di area perguruan tinggi dan perkantoran (Hendri Hananto :2018).

Saat ini kemajuan perekonomian di Indonesia secara perlahan- lahan mulai berdampak terhadap kehidupan masyarakat. Adanya peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pula pada perubahan perilaku serta gaya hidup. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat yang berorientasi pada kepuasan konsumen dan menjadikan loyalitas terhadap perusahaan itu.

Secara garis besar produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk ke dalamnya adalah barang berwujud, jasa, events, tempat, organisasi, ide atau pun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan. Produk juga merupakan seperangkat kepuasan yang diperoleh konsumen jika mereka melakukan transaksi (jual beli). Menurut Laksana (2010:49) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Sedangkan Kualitas Pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan Kualitas Pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya Kualitas Pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui Kualitas Pelayanan, karena kini semakin di sadari bahwa Kualitas Pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek yang penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Menurut Tjiptono (2012:301) Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa ketika kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan keberhasilan yang ingin di capai oleh perusahaan untuk memuaskan pelanggan. Pelanggan akan sering datang dan akan percaya terhadap Kualitas Pelayanan yang diberikan selama Kualitas Pelayanan diberikan secara maksimal.

Beberapa permasalahan yang ada di fotocopy Heri Manna Bengkulu Selatan yaitu produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan harga pasar. Dalam hal ini karena lokasi fotocopy yang strategis sehingga pemilik toko menaikkan harga produk tidak sesuai dengan harga pasaran. Kemudian pelayanan dari karyawan kepada pelanggan yang kurang memuaskan ditambah lagi kalau toko sedang banyak pelanggan yang berbelanja di fotocopy. Permasalah lainnya yang terjadi di Fotocopy Heri yaitu konsumen yang kurang puas dengan produk yang dihasilkan oleh Fotocopy Heri. Seperti hasil Fotocopy yang kurang jelas, Penjilidannya kurang rapi dan hasil printer yang dihasilkan dicetak seperti foto kurang baik dikarenakan karyawannya belum menguasai dalam mengoperasikan laptop sehingga mengakibatkan konsumen kurang puas.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan bagi perusahaan produk merupakan suatu alat perusahaan untuk mencapai tujuannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, Kualitas Pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Kotler dan Armstrong (2016:97) kualitas produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau



kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual kepasar”.

Kasmir (2015:63) produk atau jasa adalah “sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan”.

Arinawati (2021:164) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit”.

Maramis (2018:18) kualitas produk adalah “kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan, Kotler dan Keller (2016:143). Sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler dan Keller, dalam Tjiptono 2014:26).

Jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tapi bisa juga tidak dikaitkan. (Kotler dan Keller, 2016:36) pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Konsep dasar dari suatu Kualitas Pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Menurut Tjiptono (2014:268) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah. Konsumen akan mempertimbangkan kepuasan berdasarkan harapan dan harga yang harus dibayar. Harapan dan harga harus beriringan agar menciptakan kepuasan pelanggan.

Kotler dan Keller (2016:153) mengemukakan, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari harapan. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (perceived performance) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap diantara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (delighted).

Jadi menurut beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan setelah pemakaian jasa. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia memakai jasa, sedangkan kinerja yang dirasakan setelah memakai jasa.

Kemampuan seseorang untuk bekerja dan berupaya untuk berprestasi ini membuat McClelland terpesona untuk melakukan serangkaian riset empirisnya bersama asosiasinya di Universitas Harvard Amerika Serikat.

Menurut McClelland, seseorang dianggap mempunyai kepuasan apabila berprestasi jika ia mempunyai keinginan untuk melakukan suatu karya yang berprestasi lebih baik dari prestasi kerja orang lain. Ada tiga kebutuhan manusia ini menurut McClelland (dalam Miftah Thoha, 2009:236). Adapun unsur kebutuhan manusia dalam kepuasan nasabah yaitu kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi dan kebutuhan untuk kekuasaan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian Kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Sugiyono (2017;8). karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner.

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji, bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan mengenai Kepuasan Pelanggan di toko fotocopy Heri Manna Bengkulu Selatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur. Suatu kuesioner dikatakan valid (sah) bila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur. Pada program Statistical Product and Service Solution (SPSS) 23.00 teknik pengujian yang digunakan korelasi Corrected Item-Total Corelation. Adapun hasil pengujian validitas dari indicator penelitian seperti pada tabel berikut :

**Tabel 1 Uji validitas Indikator Penelitian**

No	Item Pertanyaan	R- Tabel	R- hitung	Keterangan
<b>Kualitas produk ( X1)</b>				
1	X1.1	0,207	0,708	Valid
2	X1.2	0,207	0,624	Valid
3	X1.3	0,207	0,811	Valid
4	X1.4	0,207	0,745	Valid
5	X1.5	0,207	0,601	Valid
6	X1.6	0,207	0,640	Valid
7	X1.7	0,207	0,363	Valid
8	X1.8	0,207	0,674	Valid
9	X1.9	0,207	0,716	Valid
10	X1.10	0,207	0,639	Valid
<b>Kualitas pelayanan ( X2)</b>				
1	X2.1	0,207	0,662	Valid
2	X2.2	0,207	0,592	Valid
3	X2.3	0,207	0,632	Valid
4	X2.4	0,207	0,682	Valid
5	X2.5	0,207	0,641	Valid
6	X2.6	0,207	0,586	Valid
7	X2.7	0,207	0,512	Valid
8	X2.8	0,207	0,537	Valid
9	X2.9	0,207	0,667	Valid
10	X2.10	0,207	0,603	Valid
<b>Kepuasan pelanggan (Y)</b>				
1	Y1	0,207	0,631	Valid
2	Y2	0,207	0,634	Valid
3	Y3	0,207	0,617	Valid
4	Y4	0,207	0,489	Valid
5	Y5	0,207	0,373	Valid
6	Y6	0,207	0,529	Valid
7	Y7	0,207	0,412	Valid
8	Y8	0,207	0,744	Valid
9	Y9	0,207	0,492	Valid
10	Y10	0,207	0,425	Valid

Sumber : Output SPSS versi 23.0, 2024



Berdasarkan tabel 1 diatas bahwa 30 item pertanyaan yang diajukan tersebut seluruhnya memiliki tingkat kevalidan sesuai yang diharapkan pada penelitian ini, yaitu semua indikator memiliki nilai rhitung > rtabel. Maka semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat penelitian.

### Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (software) komputer program SPSS 23. Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel Kualitas produk (X1), kualitas pelayanan(X2), dan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dilihat dalam tabel 2 berikut:

**Tabel 2 Hasil uji Regresi Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.152	1.221		10.773	.000
x1	.477	.024	.814	19.490	.000
x2	.225	.028	.340	8.149	.000

a. Dependent Variable: yy1

Dari hasil penghitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 23.0 pada tabel 6 maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 13,152 + 0,477 X1 + 0,225 X2 + 1,221$$

Persamaan dari regresi linear berganda tersebut adalah

1. Nilai konstanta 13,152 yang mempunyai arti bahwa apabila variabel kualitas produk (X1) dan variabel kualitas pelayanan(X2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan tetap sebesar 13,152
2. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
3. Nilai koefisien kualitas produk (X1) adalah sebesar 0,477 dengan asumsi apabila X1 mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,477.
4. Pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Nilai Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,225 dengan asumsi apabila kualitas pelayanan (X2) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,225.

### Uji Realibilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2019) bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefesien Alpa Crobach lebih besar atau sama dengan 0,60 (Ghozali,2016:90). Hasil pengujian realibilitas variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 3 berikut

**Tabel 3 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	Kualitas produk	0,760	Realibel
2	Kualitas pelayanan	0,751	Realibel
3	Kepuasan pelanggan	0,731	Realibel

Sumber : Output SPSS versi 23.0,2024

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada tabel 3 diketahui bahwa seluruh koefisien Alpha Cronbach variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,6 yang berarti bahwa seluruh instrument penelitian adalah realibel (andal).

### Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R yang rendah adalah kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan uji R<sup>2</sup> yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.851	.848	1.665

a. Predictors: (Constant), x<sub>2</sub>, x<sub>1</sub>

Berdasarkan tabel 4 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model R Square. Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square sebesar 0,851. Hal ini berarti bahwa nilai kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan nilai kualitas pelayanan(X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 85,1% sedangkan sisanya 14,9 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian.

### Pengujian Hipotesis Secara Partial ( Uji T )

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 23.0 dapat dilihat dengan tabel 5.

**Tabel 5 Hasil Uji Partial (T)**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.152	1.221		10.773	.000
x <sub>1</sub>	.477	.024	.814	19.490	.000
x <sub>2</sub>	.225	.028	.340	8.149	.000

a. Dependent Variable: yy1

Dari hasil penghitungan Dengan menggunakan SPSS 23.0 dapat dijelaskan bahwa:

#### 1. Variabel Kualitas produk (X<sub>1</sub>)

Hasil pengujian untuk variabel kualitas produk menunjukkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. artinya kualitas produk memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri Bengkulu Selatan. Sedangkan nilai t hitung sebesar 19,490 dan t tabel 1,987. Jadi dapat kita simpulkan bahwa t hitung > t tabel yaitu 19,490 > 1,987 maka H<sub>0</sub> ditolak artinya variabel independen (kualitas produk) berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

#### 2. Variabel Kualitas pelayanan(X<sub>2</sub>)

Hasil pengujian untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi 0.000 < 0,05. Karena nilai signifikansi kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri Bengkulu Selatan. t hitung pada variabel kualitas produk sebesar 8,149 yang lebih besar dari 1,987. maka H<sub>0</sub> ditolak artinya variabel independen (pengalaman kerja) berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

### Hasil Uji F (Simultan)

Menurut pardede dan Manurung (2014;28) uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). jika variabel bebas memiliki simultan dengan variabel terikatnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 berikut :



**Tabel 6 Hasil Uji F ( Simultan )  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1378.297	2	689.149	248.479	.000 <sup>b</sup>
	Residual	241.292	87	2.773		
	Total	1619.589	89			

a. Dependent Variable: yy1

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Dari tabel tersebut diatas bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena tingkat signifikansi dibawah  $0,05$  menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan(X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan.

Berdasarkan hasil uji simultan uji t didapat maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima atau dengan kata lain kualitas produk (X1) dan Kualitas pelayanan(X2) berpengaruh simultan dengan kepuasan pelanggan (Y). nilai F hitung  $> F$  tabel yaitu  $248,479 > 3.10$ . (tabel F terlampir)

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan dengan nilai Berdasarkan analisis dengan menggunakan SPSS 23. Hasil pengujian analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut :

**Tabel 7 Hasil Analisis Uji Validitas, Regresi Linear Berganda, Uji Determinasi Dan Uji Hipotesis**

Variabel	Nilai Koef	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 13,152 + 0,477 X_1 + 0,225 X_2 + 1,221 + 14,9$					
Kualitas produk	0,477	0,024		0,000	Signifikan
Kualitas pelayanan	0,225	0,028		0,000	Signifikan
Uji Validitas				0,000	Valid
Uji F				0,000	Signifikan
Uji T				0,000	
Determinasi			0,851		85,1 %

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan

Dari hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikansi antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Fotocopy Heri kabupaten Bengkulu selatan, karena Hasil pengujian untuk variabel kualitas produk menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$ . Hal ini kualitas produk memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri kabupaten Bengkulu Selatan.

Nilai koefisien kualitas produk yang didapat setelah melakukan penelitian dengan menggunakan SPSS 23 didapat bahwa nilai koefisien kualitas produk sebesar  $0,477$ . Hal ini terlihat variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan. Hal ini terlihat bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri kabupaten Bengkulu Selatan.

Seperti yang dikemukakan oleh Yunita (2021:60) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah sekumpulanciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhanyang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk”

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan

Berdasarkan hasil uji penelitian menggunakan uji t dan uji F serta regresi linear berganda variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian untuk variabel

kualitas pelayanan pada uji partial (t) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi kualitas pelayanan lebih kecil dari  $0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri Bengkulu Selatan.

Hasil yang telah dipaparkan tersebut pada penelitian tersebut diketahui bahwa nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar  $0,225$  yang artinya memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berdasarkan nilai koefisien regresi standar error (yang sebesar  $0,028$ ) dapat dipahami bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, semakin tinggi pengaruh variabel kualitas pelayanan yang ada, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Rahma Wahdiniwaty (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

### **Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan**

Berdasarkan dari penelitian tersebut variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat bahwa kualitas produk  $0,000 < 0,05$  serta kualitas pelayanan  $0,000 < 0,05$ .

Berdasarkan nilai koefisien determinasi menggunakan model R Square. Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square sebesar  $0,851$ . Hal ini berarti bahwa nilai kualitas produk ( $X_1$ ) dan nilai kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sedikit berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) yang hanya sebesar  $85,1\%$  sedangkan sisanya  $14,9\%$  dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan Endang Kurnia (2024) dengan Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. Sedangkan kualitas produk dan variasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Fotocopy Heri kabupaten Bengkulu Selatan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Hasil Analisis regresi linear berganda tersebut adalah Persamaan :  $Y = 13,152 + 0,477 X_1 + 0,225 X_2 + 1,221$ , hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan ( $Y$ ) di Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan.
2. Besarnya nilai koefisien determinasi dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square sebesar  $0,851$ . Hal ini berarti bahwa nilai kualitas produk ( $X_1$ ) dan nilai kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $85,1\%$  sedangkan sisanya  $14,9\%$  dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian
3. Hasil uji t pada taraf signifikansi  $0,05$  menjelaskan bahwa secara partial kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri Kabupaten Bengkulu Selatan .

### **Saran**

1. Bagi Fotocopy Heri  
Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Fotocopy Heri kabupaten Bengkulu Selatan. Responden menilai bahwa kepuasan pelanggan sesuai dengan kualitas produk dan pengalaman kerja. Maka dari itu penulis menyarankan untuk mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan demi perkembangan dan kesempurnaan suatu Toko atau perusahaan di masa yang mendatang dengan cara lebih meningkatkan lagi kualitas produk dan kualitas pelayanan seperti menambah produk-produk baru yang toko lain tidak punya dan memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan yang datang.



## 2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pelanggan, misalnya kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui wawancara mendalam terhadap karyawan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arinawaty, E., dan B. Suryadi. 2021. *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian : Daring dan Pemasaran*. Penerbit Grasindo : Jakarta. Hal 164.
- Duwi Priyatno. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Fajar, Laksana, 2018, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM,Akt. 2013."Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking". *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*
- Fitri Purnama. 2019."Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi :Universitas Sumatera Utara
- Gibson, James, L., 2014, *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*, Edisi ke-5. Cetakan ke-3. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hidayat Rahmat. 2018. *Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Toko Perlengkapan Baju Sekolah Elis Kota Bengkulu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu; Bengkulu*
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press
- Isaac Onigbinde & Samuel Odunlami. 2015. *The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria*.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-12. Penertiban Erlangga.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penertiban Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek (Edisi Pert)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maramis, Sepang dan Soegoto. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA Vol.6 No.3*. Hal. 1658 – 1667.
- Rahma Wahdiniwaty. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kewajaran Harga Berpengaruh Terhadap Loyolitas Pelanggan dan Cinderllah School Of Englis For Children di Bandung. *JIMM UNIKOM*, 62-75
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Saputra, E. K., Istan, M., & Andriko, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. NOA Mandiri (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup)*.
- Sugiarti, Any. (2016). *Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Member Membeli Muslim di Toko Rabani Asysa Bengkulu / Any Sugiarti* . Bengkulu: Prodi Ekis Fakultas EBI.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2012, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Wijaya, Arief Rahman. (2015). Pengaruh Komunikasi Terhadap Semangat Kerja Dan Kinerja (Studi Pada Karyawan PT Sumber Cipta Multiniaga Pasuruan). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 1 No. 1 , 1-7.