

The Effect Of Product Quality And Service Quality On Consumer Satisfaction At Refill Drinking Water Depots In Mandiangin Village, West Pasaman Regency

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di Desa Mandiangin Kabupaten Pasaman Barat

Nofrivul^{1*}, Fitri Melini², Chitra Indah Sari³

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia^{1,2,3}

nofrivul@iainbatusangkar.ac.id¹, Fitrimelini4@gmail.com²,

chitraindahsari@iainbatusangkar.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

The main problem of this research is seen from the quality of the product produced by the refill drinking water depot already has good quality but in terms of service quality is lacking because in the drinking water depot refill only has 1 employee and in gallon delivery is not right time. The purpose of this study is to find out whether the product quality variable and service quality affect the satisfaction of the drinking water depot for the two daughters refill in Mandiangin Village, West Pasaman Regency. The type of research used is quantitative research with a causal associative approach whose aim is to determine the cause and effect relationship between one variable and another variable. With data collection techniques using a questionnaire or questionnaire. Furthermore, to process existing data researchers using multiple linear regression analysis using the SPSS application version 26. Based on the t test obtained the results between product quality variables have a significant effect on customer satisfaction. Service quality variables have a significant effect on customer satisfaction. From the analysis of multiple linear regression, the results obtained that the quality of the product and service quality together have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords : product quality, service quality, customer satisfaction

ABSTRAK

Permasalahan penelitian ini yaitu dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan oleh Depot Air Minum Isi Ulang Dua putri sudah memiliki kualitas yang baik tetapi dari segi kualitas pelayanannya kurang karena pada Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri hanya memiliki 1 orang karyawan dan dalam pengantaran galon tidak tepat waktu. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri di Desa Mandiangin Kabupaten Pasaman Barat. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yang tujuannya untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Selanjutnya untuk mengolah data yang ada peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan uji t didapat hasil antara variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari analisis regresi linear berganda diperoleh hasil, bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Pada saat ini perkembangan dunia usaha melaju dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya usaha-usaha yang mengalami perkembangan dengan baik, baik itu dari usaha produksi barang maupun usaha jasa. Perkembangan dunia yang didiringi dengan perkembangan laju perekonomian yang sangat pesat sehingga membuat persaingan-persaingan yang ketat dalam dunia usaha. Perkembangan usaha bisnis yang secara global tidak

terlepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin modern dan canggih. Di dalam setiap dunia usaha bisnis selalu berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen yaitu dengan kualitas produk, promosi, pencitraan terhadap merek sehingga kepuasan konsumen menjadi tujuan utama. (Sandria et al., 2019: 267)

Dalam kondisi perekonomian yang semakin sulit seperti saat sekarang ini, banyak terjadi berbagai persaingan di berbagai bidang kehidupan terutama pada persaingan dunia bisnis. Setiap perusahaan saling berlomba satu sama lain untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini menuntut perusahaan untuk terus maju dalam memaksimalkan kualitas bisnisnya. Disamping itu dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih, perusahaan dituntut juga untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya. (Sandria et al., 2019)

Kualitas produk adalah karakteristik yang dimiliki kemampuan guna memuaskan kebutuhan yang dinyatakan dan implisit. Produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya. Kualitas produk ditentukan oleh daya tarik produk, spesifikasi, bahan-bahan, teknik pembuatan, dan keahlian dalam pembuatannya. Dalam menjamin suatu kualitas produk, setiap perusahaan harus melaksanakan pengujian dan pengawasan secara rutin dan terpadu. Kualitas produk yaitu salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Selain itu konsumen juga semakin kritis dengan apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan nantinya. (Eli & Badrus, 2021). Indikator dari kualitas produk adalah *Performance, Reliability and durability, Sensory characteristic dan Ethical profile and image* (Martinich dalam Badri, 2011).

Kualitas pelayanan juga dapat diartikan dari dua perspektif, seperti *operational* kualitas pelayanan yaitu penilaian seberapa baik layanan yang dikirim ke spesifikasinya. Persepsi kualitas ialah penilaian konsumen (kepuasan) terhadap kualitas layanan pengalaman pelanggan terhadap kualitas produk dan manfaat yang dirasakan, dibandingkan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. (Zaid, 2012). Menurut Zetham-Parasuraman-Berry dalam (pasolong, 2013) mengungkapkan terdapat lima dimensi indikator kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), Assurance (jaminan/ kepastian), *Empathy* (memahami keinginan konsumen).

Konsumen yang merasa puas yaitu konsumen yang memperoleh nilai tambah lebih dari perusahaan. Cara memuaskan konsumen tidak hanya dengan memberikan tambahan produk, tetapi dengan memberikan pelayanan yang lebih akan membuat pelanggan lebih merasa puas terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting demi mempertahankan keberadaan bisnis atau usaha. Jadi, perusahaan yang menghasilkan produk yang sangat baik akan berkembang dengan pesat dan nantinya akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Dengan demikian kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen yang mana keinginan dan harapan konsumen terpenuhi. Menurut (Tjiptono, 2011), terdapat lima indikator kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan
- 2) Kepuasan pelanggan
- 3) Konfirmasi harapan
- 4) Minat pembelian ulang
- 5) Kesiapan untuk merekomendasikan. (Kurniasih, 2021)

Perkembangan UMKM saat ini sangat pesat di Desa Mandiangin, Nagari Katiagan Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat dengan berbagai jenis bisnis usaha. Mulai dari usaha bidang perdagangan maupun dibidang jasa. Dari sekian banyak jenis usaha yang beredar

salah satunya usaha Depot Air Minum Isi Ulang. Depot Air Minum merupakan bisnis yang memiliki penghasilan atau keuntungan yang tinggi, Air Minum merupakan kebutuhan pokok bagi kehidupan makhluk hidup. Selain itu kebutuhan akan air bersih layak konsumsi juga sangat banyak dibutuhkan oleh Masyarakat Mandiangin karena minimnya Air Bersih layak konsumsi di daerah pesisir pantai membuat permintaan akan Air minum Isi Ulang terus meningkat.

Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri merupakan salah satu Depot Air Minum Isi Ulang yang ada di Desa Mandiangin Nagari Katiagan Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat, daerah ini terletak di daerah pesisir pantai yang minim akan air bersih layak konsumsi dan Air di bagian pesisir pantai merupakan air yang banyak mengandung garam membuat kebutuhan masyarakat akan air bersih layak minum sangat dibutuhkan sekali. Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri berdiri sejak tahun 2019 sampai dengan sekarang ini. Air yang di produksi oleh Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri telah teruji ke higienisan airnya oleh Bidang Kesehatan dan telah tersertifikasi. Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri memiliki 1 orang karyawan. Masalah yang dihadapi oleh Depot Dua Putri yaitu dalam hal pelayanan karena mereka hanya memiliki satu orang karyawan yang mengakibatkan tidak ketepatan waktu dalam menghasilkan produksi ketangan konsumen. Pada fasilitas lokasi pada Depot Dua Putri memiliki tempat yang strategis berada pada pertengahan kampung Desa Mandiangin yang bertepatan di Tugu Bundaran Mandiangin, untuk fasilitas tempatnya Depot Dua Putri Terletak pinggir jalan lintas Mandiangin, yang memiliki tempat duduk bagi para konsumen untuk menunggu produksi air, dan untuk bangunan bagian terasnya memiliki kanopi yang terlindung dari sinar matahari, Depot Dua Putri memiliki halaman yang luas yang digunakan untuk tempat parkir kendaraan para konsumen. Untuk kualitas air yang di produksi oleh Depot Dua Putri memiliki kualitas terbaik di daerah tersebut karena telah memiliki filtrasi air yang canggih dan penawar bakteri-bakteri jahat yang bisa mencemar air. Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri juga mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan yang dilaksanakan sekali enam bulan.

Berdasarkan pembahasan diatas maka dalam kegiatan penelitian dan penyusunan tugas akhir ini penulis tertarik mengangkat sebuah judul penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri Di Desa Mandiangin Kabupaten Pasaman Barat"

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk meneliti hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel yang lainnya disini ada variabel independen dan dependen. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk mengacu pada hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018: 8). Dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Perhitungan sampel penelitian ini menggunakan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti

$$\text{Rumus : } n = \frac{z^2 \cdot \frac{1}{2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi 50% = 0,5

d = Tingkat Kesalahan 10% = 0,1

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil :

$$\begin{aligned} \text{Jadi, } n &= \frac{z^2 \cdot \frac{1}{2} P(1-P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ n &= 96,04 = 97 \end{aligned}$$

dari perolehan menggunakan rumus diatas jumlah sampel yang diperoleh yaitu sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 97 responden.

Data diproses secara lengkap selanjutnya adalah data tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Dalam penelitian ini data yang disajikan adalah seluruh informasi data yang sudah didapat kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS dan data yang dihasilkan dapat berupa tulisan, table, dan grafik agar memudahkan dalam menganalisis data untuk mendapatkan hasil yang sistematis.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan validitas dengan membandingkan R_{hitung} dengan R_{tabel} . R_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,1996 karena jumlah data yang digunakan dalam penelitian adalah 97 dengan tingkat kesalahan 5%. Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ ($R_{hitung} > 0,1996$) maka item pernyataan dapat dikatakan valid. Ada 2 variabel independen dan 1 variabel dependen yang digunakan penulis dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Variabel independen 1 (X_1) yaitu kualitas produk, indikator yang digunakan untuk menyusun kuesioner adalah:

- 1) *Performance* (kinerja)
- 2) *Range and type of features* (keistimewaan yang dimiliki produk)
- 3) *Reliability and durability* (keandalan dan daya tahan)
- 4) *Sensory characteristic* (karakter produk)
- 5) *Ethical profile and image*

Karena terdapat 5 indikator yang tertera, maka ada 5 pernyataan dalam kuesioner mengenai kualitas produk. Hasil dari olahan data dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 1. Ringkasan Tabel Hasil Pengukuran Validitas Item Kuesioner Pada Pernyataan Mengenai Kualitas Produk (X_1)

Butir	R_{hitung}	Sig	R_{tabel}	Keterangan
P1	0,838	0,000	0,1996	Valid
P2	0,693	0,000	0,1996	Valid
P3	0,808	0,000	0,1996	Valid
P4	0,829	0,000	0,1996	Valid
P5	0,818	0,000	0,1996	Valid

Sumber data : hasil pengolahan SPSS 26 tahun 2022

Tabel 1 diatas menjelaskan bahwa hasil uji validitas untuk variabel kualitas produksi (X_1) dan berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan mengenai kualitas produk valid karena tingkat signifikansi semua pernyataan kurang dari 0,05 dan semua item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi (R_{hitung}) lebih besar dari nilai R_{tabel} (0,1996). Sehingga dengan demikian tidak ada item pernyataan dalam kuesioner variable kualitas produk yang diubah atau dihilangkan.

b. Variabel independen 2 (X_2) yaitu kualitas pelayanan, indikator yang digunakan untuk menyusun kuesioner adalah:

- 1) *Tangibles* (bukti fisik)
- 2) *Reliability* (keandalan)
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap)
- 4) *Assurance* (jaminan/kepastian)
- 5) *Empathy* (empati)

Karena ada 5 indikator yang tertera, maka ada 5 pernyataan dalam kuesioner tentang kualitas pelayanan. Hasil olahan data yang penulis paparkan dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 2. Ringkasan Tabel Hasil Pengukuran Validitas Item Kuesioner Pada Pernyataan Mengenai Kualitas pelayanan (X_2)

Butir	R_{hitung}	Sig	R_{tabel}	Keterangan
P1	0,850	0,000	0,1996	Valid
P2	0,780	0,000	0,1996	Valid
P3	0,805	0,000	0,1996	Valid
P4	0,741	0,000	0,1996	Valid
P5	0,828	0,000	0,1996	Valid

Sumber data: hasil pengolahan SPSS 26 tahun 2022

Tabel 2 diatas menjelaskan bahwa hasil uji validitas untuk variable kualitas pelayanan (X_2) dan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner variabel kualitas pelayanan (X_2) dinyatakan valid, karena tingkat signifikansinya untuk semua item pernyataan kurang dari 0,05 dan semua item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi (R_{hitung}) lebih besar dari nilai R_{tabel} (0,1996). Sehingga dengan demikian tidak ada sama sekali item pernyataan dalam kuesioner variabel kualitas pelayanan (X_2) yang diubah atau dihilangkan.

c. Variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen, indikator yang digunakan untuk menyusun kuesioner adalah:

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan
- 2) Kepuasan pelanggan
- 3) Konfirmasi harapan
- 4) Minat pembelian ulang
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasikan

Karena ada 5 indikator yang digunakan, maka ada 5 pernyataan tentang kepuasan konsumen yang dipaparkan pada kuesioner. Hasil olahan data yang penulis paparkan dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 3. Ringkasan Tabel Pengukuran Validitas Item Kuesioner Pada Pernyataan Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

Butir	R_{hitung}	Sig	R_{tabel}	Keterangan
P1	0,771	0,000	0,1996	Valid
P2	0,653	0,000	0,1996	Valid
P3	0,658	0,000	0,1996	Valid
P4	0,667	0,000	0,1996	Valid
P5	0,767	0,000	0,1996	Valid

Sumber data: hasil pengolahan SPSS 26 tahun 2022

Tabel 3 diatas menjelaskan bahwa hasil uji validitas untuk variabel kepuasan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid atau signifikan, karena tingkat signifikansinya untuk

semua item pernyataannya memiliki nilai koefisien korelasi (R_{hitung}) lebih besar dari nilai R_{tabel} (0,1996). Sehingga dengan demikian tidak ada item pernyataan dalam kuesioner variabel kepuasan konsumen (Y) yang diubah atau dihilangkan.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, atau dapat juga diartikan dengan Reliabilitas yaitu digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan pengukuran alat pengukur yang sama. Pernyataan yang dicantumkan pada kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan konsisten. Uji reliabilitas dapat dihitung dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan nilai 0,6 Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka variabel dinyatakan reliabel.

a. Uji reliabilitas kualitas produk (X_1)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	5

Sumber data: hasil pengolahan SPSS 26 tahun 2022

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,848. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (X_1) adalah reliabel.

b. Uji reliabilitas kualitas pelayanan (X_2)

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

Sumber data: hasil olahan SPSS 28 tahun 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,858. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah reliabel.

c. Uji reliabilitas kepuasan konsumen (Y)

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	5

Sumber data: hasil pengolahan SPSS 26 Tahun 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,726. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) adalah reliabel.

d. Uji reliabilitas semua variabel

Tabel 7. Tabel Uji Semua Variabel

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keputusan
1	Kualitas produk (X_1)	0,848	0,6	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,858	0,6	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,726	0,6	Reliabel

Sumber data: hasil pengoolahan SPSS 26 tahun 2022

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel dan kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

2. Analisis linear berganda

Uji ini berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil analisis regresi linear berganda yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Deskripsi Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.504	1.129		9.302	.000		
	Kualitas Produk	.150	.066	.229	2.288	.000	.561	1.782
	Kualitas Pelayanan	.377	.073	.514	5.132	.000	.561	1.782

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: hasil pengolahan SPSS 26 tahun 2022

Hasil analisis linear berganda tersebut jika dijadikan kedalam persamaan maka :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 10,504 + 0,150X_1 + 0,377X_2$$

Persamaan regresi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- A atau konstanta sebesar 10,504 artinya jika kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilainya adalah 0, maka nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 4,749.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,150 artinya jika nilai variabel independen lainnya nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,150. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen, semakin naik kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan konsumen.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,377 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,377. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin naik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

3. Uji Parsial (Uji T)

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri di Desa Mandiangin Kabupaten Pasaman Barat

Terlihat pada kolom coefficients model 1 terhadap nilai signifikan 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$ maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Variabel X_1 mempunyai T_{hitung} sebesar 2,288 dengan T_{tabel} 1,986. Jadi $T_{hitung} > T_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri di Desa Mandiangin

Terlihat pada coefficients model 1 terhadap nilai signifikan 0,000. Nilai sig lebih kecil atau kecil sama dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,05$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Variabel X_2 mempunyai t_{hitung} sebesar 5,132 dengan t_{tabel} 1,986. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki kontribusi terhadap

kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

4. Uji F

F_{hitung} sebesar 41,998 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai f_{tabel} pada tabel statistik dengan $\alpha = 0,05$ dengan df 1 (jumlah variabel – 1) atau $2 - 1 = 1$ dan df 2 ($n - k - 1$) atau $97 - 2 - 1 = 94$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Nilai F_{tabel} sebesar 3,09 $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($41,998 > 3,09$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Berdasarkan taraf signifikansinya dapat dilihat dari f_{hitung} jika taraf signifikansinya berada diangka 0,000 yang mana kecil dari 0,05 dengan demikian dapat dikatakan H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

5. Penutup

Kesimpulan

1. Hasil pengujian hipotesis (Uji T) antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 2,288 $> t_{tabel}$ 1,986 dengan nilai signifikan (probabilitas) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. H_{a1} ini dapat diartikan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, maka telah terbukti ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Atau hipotesis pertama telah terbukti. Dengan demikian kepuasan konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri dipengaruhi oleh kualitas produk
2. Hasil pengujian hipotesis (Uji T) antara variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai sebesar t_{hitung} sebesar 5,132 $> t_{tabel}$ 1,986 dengan nilai signifikan (probabilitas) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Maka telah terbukti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri di Desa Mandiangin Kabupaten Pasaman Barat atau hipotesis kedua telah terbukti. Dengan demikian kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
Pengujian secara bersama variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) yang ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 41,998 dengan signifikan F sebesar 0,000. Karena probabilitas $< 0,05$, maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Dengan hal ini bahwa telah terbukti ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen atau hipotesis ketiga telah terbukti.

Saran

Diharapkan Depot Air Minum Isi Ulang Dua Putri dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas produksi Air Minum yang dihasilkan dan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada segi proses antar jemput galon kerumah-rumah warga, agar terciptanya hubungan baik antara pemilik, karyawan, maupun konsumen.

Daftar Pustaka

- Asman, N. (2020). *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta : CV. Adanu Abimata.
- Eli, A., & Badrus, S. (2021). *Penataan Produk*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hamirul, & Alamsyahril. (2020). *Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik*. Malang : Cv Pustaka Learning Center.
- Husein, U. (2013). *Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka

Utama.

- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen*. Banten : Bintang Sembilan Visitama.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kopetensi*. Jakarta : Selemba Empat.
- Philip Kotler, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Dari Sudut Pandang Asia*. Jakarta : Indeks.
- Putri, S. H., & Onsardi. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*. 2(1), 1–43.
- Sandria, R., Manulang, R., & Panjaitan, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Depot Air Minum Isi Ulang Anugerah Pagi di Desa Payung Kecamatan Payung. *Progresif Manajemen Bisnis*. 2(1), 260.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung : Widina.
- Tse, D. and P., & Wilton. (2011). Critical Factors of Costumer Satisfaction in Service Sector. *Asian Journal of Business Management*. 10(1), 7.
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan*. Jawa Timur : Academia Publication.