

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL

Alviatun Nisa Rizkiani¹, Bahri Kamal², Dewi Sulistyowati³
Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,
Email: alviatunnisarizkiani12@gmail.com

Abstract

Fotocopy adalah sebuah alat teknologi yang berfungsi untuk membuat salinan keatas kertas dari dokumen, buku atau sumber lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji T serta uji F, Analisis Regresi berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil perhitungan dengan uji T diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dan hasil perhitungan uji F menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_{a1} dan H_{a2} di tolak H_{a3} diterima yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tingkat kepuasan konsumen. Kesimpulannya ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION LEVELS AT UMKM PHOTOCOPY PELANGI BUNIWAH VILLAGE TEGAL REGENCY

Abstract

Photocopy is a technological tool that serves to make paper copies of documents, books or other sources. The purpose of this study was to determine whether there was a significant effect of product quality and service quality on the level of consumer satisfaction at the UMKM Fotocopy Pelangi in Buniwah Village. Data collection techniques used were observation, interviews, literature study, documentation, and questionnaires. Quantitative data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing through the T test and F test, multiple regression analysis and analysis of the coefficient of determination (R^2). The results of calculations with the T test obtained a significant value of $0.000 < 0.05$, and The results of the F test calculation showed a significant value of $0.000 < 0.05$. So H_{a1} and H_{a2} are rejected. H_{a3} is accepted, which means that there is a significant influence on product quality and service quality on customer satisfaction. In conclusion, there is an effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at the UMKM Photocopy Pelangi in Buniwah Village.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dunia 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. Adanya fotocopy membuat pekerjaan untuk menggandakan dokumen dapat dikerjakan dengan cepat dan mudah tanpa harus menyalin satu per satu. Seiring dengan perkembangan zaman, mesin fotocopy juga mengalami perkembangan. 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)^[1].

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. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kriteria kualitas konsumen dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya konsumen beralih ke perusahaan lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya perusahaan dituntut untuk mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen (Hermanto, Roky Apriansyah, Khusnul Fikri & Albetris: 2019)^[2].

Dalam hal pelayanan pelanggan, Fotocopy Pelangi memiliki beragam permasalahan, dimana saat ini masih terdapat karyawan yang kurang ramah kepada konsumen dan karyawan yang bekerja dengan baik hanya ketika diawasi saja. Selain itu kurangnya respon karyawan terhadap pengunjung yang datang hal ini diakibatkan karena kurang memadainya jumlah karyawan yang melayani didalam toko dengan jumlah pengunjung yang datang. Sehingga mengakibatkan pengunjung

tersebut memutuskan untuk pergi karena merasa tidak dilayani. Permasalahan yang terjadi di Fotocopy Pelangi yaitu konsumen yang kurang puas dengan produk yang dihasilkan oleh Fotocopy Pelangi. Seperti hasil Fotocopy yang kurang jelas, warna yang dihasilkan dipercetakan foto cepat pudar dan produk yang dijual kurang lengkap sehingga mengakibatkan konsumen kurang puas.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat pada Fotocopy Pelangi yang beralamat di Jl. Raya Buniwah-Bojong Desa Buniwah Dukuh Keseran Rt 03 Rw 01 Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal sebelah selatan Lapangan Sepak Bola Desa Buniwah, Kode Pos 52465. Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2021.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah, dengan jumlah 100 responden.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016)^[3]. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah tersebut.

Sampel penelitiannya menggunakan teknik Accidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.

Prosedur

Prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara observasi, teknik angket atau kuesioner, wawancara, studi pustaka.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kualitatif menurut Suliyanto (2005)^[4] yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti jawaban kuisisioner dari responden yang disebarkan di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah.

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005:135)^[4] yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran.

Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti menitik beratkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat setiap variabel.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer menurut Suliyanto (2005:131)^[4] adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner yang berupa tanggapan dari pelanggan Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal.

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Suliyanto, 2005:132)[19]. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012:267)^[3]. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas merupakan uji kehadiran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat dapat diandalkan atau dipercaya (Sugiyono, 2012:134)^[3]. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dan informasi, jawaban atau pertanyaan, jika pengukuran dilakukan pengamatan dilakukan berulang.

3. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik, maka model regresi tersebut masih memiliki, biasanya.

4. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160)^[5] Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model

regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

5. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011:105)^[5] Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independent. Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolonieritas, dan jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieitas.

6. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:110)^[5] Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Syarat untuk regresi ganda adalah tidak ada autokorelasi antar variabel bebas. Cara mendeteksi adanya autokorelasi dengan melihat nilai statistik pada Durbin Watson (DW). Kriteria jika pada suatu model regresi tidak terjadi autokorelasi adalah jika $-2 < DW < 2$. Jika nilai DW di luar batas tersebut maka pada model regresi terjadi autokorelasi.

7. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139)^[5] Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain". Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

8. Uji Analisis Tegresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tindakanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ketika datang di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Model hubungan nilai konsumen dengan variable-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut : (Ghozali, 2011:82)^[5]

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b1 = koefisien regresi x1

x1 = kualitas produk

b_2 = koefisien regresi x_2
 x_2 = kualitas pelayanan
 e = error

9. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji F.

10. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel terikat terhadap variabel bebas yaitu sarana prasarana. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

1. H_{a1} : Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal
2. H_{a2} : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal
3. H_{a3} : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

11. Uji F (Uji simultan)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independent secara simultan tanda variabel dependent di lakukan dengan menggunakan uji Ftes yaitu dengan cara membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel. Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah:

1. H_{a1} : Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal
2. H_{a2} : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal
3. H_{a3} : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan Konsumen Pada UMKM Fotocopy Pelangi Desa Buniwah Kabupaten Tegal

12. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016:97)“Koefisien Determinasi = R^2 (Koefisien korelasi pangkat dua)

ialah besarnya sumbangan/andil (share) dari X terhadap variasi (naik turunnya) Y.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti dan pembahasan dari hasil penelitian data tersebut.

Table 4.4 Hasil uji validitas instrument variabel

Variable	indikator	Nilai sig	keterangan
Kualiktas produk	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid
Kualitas pelayanan	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid
Kepuasan konsumen	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang dioleh 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi masing-masing indikator (pernyataan) yaitu kualitas produk 1-5 dan kualitas pelayanan 1-5 terhadap kepuasan konsumen 1-5 menunjukkan nilai sig. (2-tailed) atau nilai signifikansi seluruh indikator lebih kecil dari alpha 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel di atas dinyatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,921	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,936	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,934	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach Alpha untuk variabel kualitas produk sebesar 0,921 dan kualitas pelayanan sebesar 0,936

dan kepuasan konsumen sebesar 0,934 dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tiap variable adalah (reliabel) karena nilai cronbach's alpha lebih dari 0,60.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		100
Norma l Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,049
	Negative	-.045
Test Statistic		,049
ZAsymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Asym. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.622	.376		4.313	.000
	kualitas_produk	-.094	.064	-.452	-1.467	.146
	Kualitas_pelayanan	.071	.062	.351	1.139	.258

a. Dependent Variable: abres

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas produk sebesar 0,146 lebih besar dari alpha 0,05 dan nilai signifikansi pada variabel pelayanan sebesar 0,258 lebih besar dari nilai alpha 0,05 sehingga variabel kualitas produk dan pelayanan dalam penelitian ini tidak terkena gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	.106	9.469	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X2)	.106	9.469	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 0.106 lebih besar dari 0,05 dan nilai VIF sebesar 9.469 lebih kecil dari 10.

Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.06873
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	60
Z	1.809
Asymp. Sig. (2-tailed)	.070
a. Median	

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,070 lebih besar dari 0,05 sehingga data dalam

penelitian ini tidak mengalami atau tidak mengandung autokorelasi.

Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.830	.622		4.551	.000
	kualitas_produk	.787	.106	.842	7.422	.000
	Kualitas_Pelayanan	.086	.103	.094	.833	.000

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disusun persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 2.830 + 0,787X_1 + 0,086X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 2,830 menunjukkan bahwa jika kualitas produk dan pelayanan sebesar 0 satuan maka kualitas pelayanan sebesar 2,830 satuan.
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,787 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kualitas produk (X1) sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,787 satuan.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,086 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel pelayanan (X2) sebesar 1 satuan dapat

menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,086 satuan.

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Coefficients a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.830	.622		4.551	.000
	kualitas_produk	.787	.106	.842	7.422	.000
	Kualitas_Pelayanan	.086	.103	.094	.833	.000

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji t dengan angka signifikansi menunjukkan bahwa variable kualitas produk nilai Sig. sebesar 0,000 < alpha 0,05 dan pada variable kualitas pelayanan nilai Sig. sebesar 0,000 < alpha 0,05 maka menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Reg	1489.	2	744.74	3	.

ression	498		9	1	0
				9.	0
				4	0
				4	^b
				8	
Residual	226.142	97	2.331		
Total	1715.640	99			
a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen					
b. Predictors: (Constant), kualitas_produk, kualitas_pelayanan					

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dengan melihat nilai Fhitung dan menggunakan angka signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.868	.865	1.527
a. Predictors: (Constant), pelayanan, produk b. dependen variabel: kualitas_Konsumen				

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi (Adj R2) sebesar 0.865. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 86,5% sedangkan sisanya sebesar 13,5% dijelaskan oleh variabel lainnya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas produk menunjukkan bahwa

kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,787, nilai t sebesar 7,422 dengan nilai signifikan 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

2. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,086, nilai t sebesar 0,833 dengan nilai signifikansi 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang disajikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uraian di atas dapat disimpulkan kembali bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Pelangi Desa Buniwah. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (Adj R2) sebesar 0,865 atau 86,5%, nilai F sebesar 319,448 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 86,5% sedangkan sisanya 13,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Sebaiknya Fotocopy Pelangi perlu meningkatkan kualitas produk terutama pada hasil foto copy untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Karena kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan pada suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk menggunakan jasa fotocopy dikemudian hari.
2. Kualitas pelayanan dapat membentuk suatu citra atau image suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai citra yang baik dimata

pelanggan, maka pelanggan akan memberi penilaian positif pada perusahaan tersebut yang mendorong mereka untuk loyal pada produk tersebut. Sebaliknya, bila perusahaan mempunyai citra yang buruk, pelanggan akan memberi penilaian negatif sehingga pelanggan berpindah ke tempat lain. Hal ini harus diperhatikan oleh Fotocopy Pelangi untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap pelanggannya agar mereka tidak berpindah ke fotocopyan lain. Karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Untuk peneliti selanjutnya dapat dilakukan kembali dengan menambahkan variabel lain seperti variabel harga, loyalitas pelanggan dan lain sebagainya. Agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama proses penyusunan prosiding ini penulis mendapat dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT dan pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis selama melakukan penulisan tugas akhir sampai dengan tersusunya prosiding ini. Oleh karena itu saya ingin menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat

1. Bapak Bahri Kamal, SE, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan prosiding.
2. Ibu Dewi Sulistyowati, SE, CAAT selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan prosiding.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hananto, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Di Cikka Fotocopy Yogyakarta.
- [2] Hermanto, R. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Journal of Economics and Business*.

[3] Sugiyono (2012). Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D. Cetakan Kedua puluh, Alfabeta. Bandung.

[4] Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

[5] Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19* (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro.