

Pengaruh Kualitas Produk Batako Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Di CV. Lantaboora Origin Pare, Kabupaten Kediri

Pendy Sujadmiko
Universitas Islam Kediri
pendhev92@gmail.com

***Abstrak** The use of bricks as a material to compose the walls of buildings that we have commonly seen from the past until now. These materials are still the main choice for the community, especially to meet people's tastes for building material products. So the quality of the product becomes a very important point in increasing consumer satisfaction, because if the product offered has good quality it can build consumer confidence about the product purchased. Another factor that can increase customer satisfaction is the quality of service, if the service received or felt is as expected, it can increase customer satisfaction. This study aims to determine the level of quality of brick products and service quality on customer satisfaction at CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kediri Regency. This study uses a non-probability sampling method, which is a saturated sample with a sample of 81 respondents and also uses the help of the SPSS application program. The analytical technique used is the test instrument validity test, reliability test, classic assumption test, multiple regression test, t test, F test, coefficient of determination test. The results of this study indicate that product quality has a partially significant positive effect on consumer satisfaction at CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kediri Regency, this can be seen from the Significant value of t of $0.00 < 0.05$ and the quality of service has a partially significant positive effect on consumer satisfaction at CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kediri Regency, this can be seen from the Significant value of t of $0.00 < 0.05$, while simultaneously product quality and service quality have a significant influence on consumer satisfaction at CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kediri Regency, this can be seen from the significant F value of $0.00 < 0.05$.*

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction, t-test, F-test

Abstrak Penggunaan batako menjadi bahan menyusun dinding bangunan yang telah umum kita lihat dari dulu hingga kini. Bahan material ini sampai kini masih menjadi pilihan utama bagi masyarakat, terutama untuk memenuhi selera masyarakat terhadap produk bahan bangunan. Maka kualitas produk menjadi poin yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, karena apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik maka dapat membangun kepercayaan konsumen mengenai produk yang dibeli. Faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanannya, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas produk batako dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu sampel jenuh dengan sampel 81 responden dan juga menggunakan bantuan program aplikasi SPSS. Teknik analisis yang digunakan uji instrumen uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji t , uji F , uji koefisien determinasi. Hasil

Received Mei 30, 2022; Revised Juni 2, 2022; Accepted Juni 22, 2022

*Corresponding author, e-mail address pendhev92@gmail.com

penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri, hal ini bisa dilihat dari nilai Signifikan t sebesar $0,00 < 0,05$ dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri, hal ini bisa dilihat dari nilai Signifikan t sebesar $0,00 < 0,05$, sedangkan secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri, hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi F sebesar $0,00 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Uji t, Uji F

LATAR BELAKANG

Penggunaan batako menjadi bahan menyusun dinding bangunan yang telah umum kita lihat dari dulu hingga kini. Bahan material ini sampai kini masih menjadi pilihan utama masyarakat, meskipun telah banyak penemuan baru dalam bidang teknologi seperti : bata ringan, batu bata merah, dan sebagainya. Batako masih lebih banyak digunakan dari pada bata ringan atau batu bata merah, sebab sudah teruji kekuatannya serta lebih mudah didapatkan terutama pada pasaran yang beranjak pada bidang pembangunan dan sangat diminati untuk membangun dinding rumah.

CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang batako dan didistribusikan secara langsung di tempat. Didirikan pada 3 Januari 2022.

Menurut Kotler dan Keller (2012:316) dalam (Diza et al., 2016) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen dan menurut Tjiptono & Chandra, (2011) dalam (Alvino, 2020) kualitas pelayanan adalah fokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Sedangkan menurut (Moha & Loindong, 2016) Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen.

1. Identifikasi Masalah

Perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk batako terhadap kepuasan konsumen secara parsial di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare kab Kediri?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare kab Kediri?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk batako dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare kab Kediri?

2. Maksud Peneliti

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk batako terhadap kepuasan konsumen secara parsial di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare kab Kediri.

2. Menjelaskan apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara persial di CV.LANTABOORA ORIGIN Pare kab Kediri.
3. Menjelaskan apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk batako dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare kab Kediri.

Tinjauan Pustaka

Adapun metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

Teknik atau cara yang digunakan penuli untuk mengumpulkan data yang nantinya data tersebut akan digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data yang nantinya data tersebut akan digunakan oleh penulis untuk memperoleh bahan, keterangan dan informasi terkait dengan peneliti ini.

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 137) bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan 2 sumber yaitu data primer dan data sekunder,yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu konsumen di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

2. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini pada bulan Mei adalah 81 orang konsumen yang melakukan pembelian produk pada CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri.

3. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, danpeneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).

Peneliti menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *sampling jenuh* dalam pengambilan sampel. Menurut (Sugiyono, 2017, p. 85) *sampling jenuh*, teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal

ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang 30 orang, atau istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Penentuan jumlah sampel diambil dengan menggunakan sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel dari penelitian ini adalah 81 responden dengan karakteristik sebagai berikut :

Tabel 1 karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	81	100%
Total	81	100%

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 2 karakteristik responden dilihat dari usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-30	5	6%
30-40	28	35%
40-50	32	40%
50-60	16	20%
Jumlah	81	100%

Sumber : Data diolah, 2022

4. Metode Analisis Data

1. Skala Likert

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penelitian, yang selanjutnya disebut sebagai penelitian.

Tabel 3 Skor Jawaban Responden

Skala	Kategori
1	Sangat Setuju
2	Setuju
3	Tidak Setuju
4	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Data diolah, 2022

2. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 125) menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah

didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 dengan kriteria berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

3. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini menggunakan program SPSS 25, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut :

1. Jika r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,05 maka reliabel
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ 0,05 maka tidak reliabel

4. Uji Normalitas

Menurut (Donimika, 2018) uji normalitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data. Pengujian akan dilakukan pada variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Goodness of Fit Test* untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Data ini juga membandingkan menggunakan *Normality Probability Plot*.

Kriteria uji normalitas ini adalah :

- 1) Angka sig. Uji Kolmogorov-Smirnov $>$ 0,05 maka berdistribusi dengan normal.
- 2) Angka sig. Uji Kolmogorov-Smirnov $<$ 0,05 maka berdistribusi tidak normal.

5. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyanto (2010:62) dalam (Donimika, 2018) merupakan uji dimana antara kedua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variabel-variabel independen dalam model regresi linear berganda. Statistik pada uji ini untuk mengetahui gangguan multikolinearitas dengan variace inflation factor (VIF). Variabel dikatakan signifikan jika $VIF < 10$ atau (Sign. $<$ $\alpha = 5\%$ atau 1%)

6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Donimika, 2018) uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Uji ini digunakan jika dalam regresi terjadi eror(ei) atau beberapa nilai X berubah-ubah. Dapat diketahui melalui gambar grafik mengenai varian eror atau tidak antara Y dengan residu Y. Dengan menampilkan scatter plot dari nilai ZPRED (nilai prediksi sumbu X) dengan SRESID (nilai residu Y). Uji lainnya dilihat dari nilai korelasi Rank Spearman Antara variabel independen dengan residualnya, dikatakan signifikan jika $\alpha > 5\%$ atau tidak ada heteroskedastisitas, jika sebaliknya maka ada heteroskedastisitas.

7. Uji Regresi Berganda

Menurut (Donimika, 2018) regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor. Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah multiple regression atau lebih dari satu variabel. Analisis regresi berganda menyajikan kombinasi dari dua tujuan dasar :

- a. Memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen.
- b. memahami hubungan variabel dependen dan variabel independen.

8. Uji t (parsial)

Menurut (Donimika, 2018) uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika probabilitas (signifikan) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.
2. Jika probabilitas (signifikan) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial

9. Uji F (simultan)

Menurut Priyanto (2010:83-84) dalam (Donimika, 2018) uji F dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Berdasarkan pengambilan keputusan:

1. Jika probabilitas (signifikan) $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika probabilitas (signifikan) $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

10. Koefisien Determinasi

Menurut Priyanto (2010:83) dalam (Donimika, 2018) koefisien determinasi atau analisa R² (R Square) digunakan untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Yang dipengaruhi oleh variabel lain yang merupakan sisanya tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, maka yang harus digunakan adalah Adjusted R Square.

A. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017, p. 8) mengatakan, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 4 Uji Validitas

Item	Nilai Korelasi (Person Corellation)	Probabilitas Korelasi [sig.(2-tailed)]	Keterangan
Kualitas Produk			
Item X1.1	0,911	0,00	Valid
Item X1.2	0,956	0,00	Valid
Item X1.3	0,917	0,00	Valid
Item X1.4	0,929	0,00	Valid
Kualitas Pelayanan			
Item X2.1	0,886	0,00	Valid
Item X2.2	0,950	0,00	Valid
Item X2.3	0,940	0,00	Valid
Item X2.4	0,892	0,00	Valid
Kepuasan Konsumen			
Item Y.1	0,804	0,00	Valid
Item Y.2	0,862	0,00	Valid
Item Y.3	0,980	0,00	Valid
Item Y.4	0,961	0,00	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Dari hasil tabel 4 uji validitas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Tabel 5 Uji Validitas

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Ketentuan	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,846	Nilai Alpha >0,60	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan	0,843		Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen	0,838		Reliabel

Sumber : Data diolah, 2022

Dari hasil tabel 5 uji reabilitas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel kualitas produk (X1) mempunyai nilai 0,846. Nilai reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai nilai 0,843, dan nilai reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen (Y) mempunyai nilai sebesar 0,838. Dengan hasil maka dapat disimpulkan jika seluruh data hasil kuesioner seluruh variabel mempunyai tingkat nilai reliabilitas yang baik.

3. Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas

Tes One Sample Kolmogorov-Smirnov	
Nilai Asymp Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,234	Normal

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6 hasil uji normalitas, diperoleh nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,234 bernilai lebih besar dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa uji yang dilakukan berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 7 Uji Multikolinearitas

Variabel Penelitian	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,506	1.975	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,506	1.975	Bebas Multikolinieritas

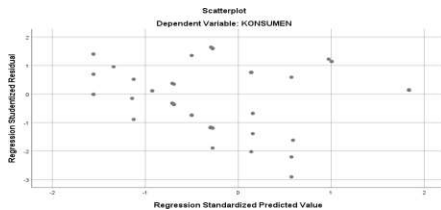
Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 hasil uji multikolinieritas, dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *Tolerance* variabel kualitas produk 0,506. Nilai variabel kualitas

pelayanan 0,506, masing-masing variabel memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 sehingga secara keseluruhan dinyatakan bahwa data yang digunakan baik atau keseluruhan data variabel bebas gejala multikolinearitas. sehingga data yang digunakan dalam model regresi dapat dipercaya dan objektif.

5. Uji Heteroskedasitas

Gambar 8 Uji Heteroskedasitas



Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan gambar 1 hasil uji heterokedasitisitas, dapat dijelaskan bahwa titik pada data diatas menyebar secara merata di atas di bawah garis nol dan tidak membentuk pola tentu sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam ujiregresi ini tidak menunjukkan terjadinya masalah heterokedstisitas.

6. Uji Regresi Berganda

Tabel 8 Uji Regresi Berganda

Variabel	B	T _{hitung}	Sig.T	Keterangan
Kualitas Produk	0.624	7.006	0.000	Ha : diterima
Kualitas Pelayanan	0.600	6.715	0.000	Ha : diterima
Tarif sig				0,05
Konstanta (a)				-3771
F _{hitung}		158.298	0.000	Ha : diterima
R square	0.802			

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji regresi linier berganda antar variabel, maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabelterikat sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = -3.771 + 0,624x_1 + 0,600x_2$$

Sumber : Data diolah, 2022

1. Nilai Konstanta (a) = -3.771

Dari hasil ini disimpulkan jika variabel bebas yang meliputi kualitas produk,kualitas pelayanan adalah nol (0), maka variabel dependen yakni kepuasan konsumen bernilai -3.771. Artinya tanpa dipengaruhi oleh variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka besarnya

kepuasan konsumen di CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri sebesar - 3771 satuan.

2. $b_1 = 0,624$ Merupakan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), artinya jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan 0,624 satuan. Koefisien bernilai positif artinya memiliki hubungan positif, kenaikan kualitas produk mengakibatkan kenaikan pada kepuasan konsumen.

3. $b_2 = 0,600$ Merupakan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), artinya jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan 0,600 satuan. Koefisien bernilai positif artinya memiliki hubungan positif, kenaikan kualitas pelayanan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan konsumen.

7. Uji t (parsial)

Tabel 9 Uji t (parsial)

Hipotesis	Hasil Analisis Data	Keterangan
Diduga Kualitas Produk (X1), Kualiatas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	t_{hitung} sebesar 7,000 signifikansi t sebesar 0,00 sig. 0,05.	Ha : Diterima Ho : Ditolak
	t_{hitung} sebesar 6,715 signifikansi t sebesar 0,00 sig. 0,05. t_{tabel} sebesar 1.664362 signifikansi t sebesar 0,00 sig. 0,05.	Ha : Diterima Ho : Ditolak

Sumber : Data diolah, 2022

Hasil perhitungan tabel 9 uji t (parsial), bahwa kualitas produk yaitu memiliki nilai signifikan $< 0,5$ yaitu 0,000. Dapat dilihat bahwa $t_{hitung} 7,000 > t_{tabel} 1.664362$. Hasil uji tersebut disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial dan Kualitas pelayanan yaitu memiliki nilai signifikan $< 0,5$ yaitu 0,000. Dapat dilihat bahwa $t_{hitung} 6,715 > t_{tabel} 1.664362$. Hasil uji tersebut disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara parsial

8. Uji F (simultan)

Tabel 10 Uji F (simultan)

Hipotesis	Hasil Analisis Data	Keterangan
Diduga Kualitas Produk (X1), Kualiatas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	F_{hitung} sebesar 158,298 signifikansi F sebesar 0,00 sig. 0,05. F_{tabel} sebesar 2,72 signifikansi F sebesar 0,00 sig. 0,05	Ha : Diterima Ho : Ditolak Ha : Diterima Ho : Ditolak

Sumber : Data diolah, 2022

Hasil perhitungan tabel 10 uji F (simultan), bahwa Kualitas produk dan kualitas pelayanan yaitu memiliki nilai signifikan $< 0,5$ yaitu 0,000. Dapat dilihat bahwa $F_{hitung} 158,298 > F_{tabel} 2,72$ Hasil uji tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara simultan.

9. Uji Koefisien Determinan

Tabel 10 Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,896	0,802	0,797	1,449

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji koefisien determinan di atas maka dapat dijelaskan hasil perhitungan koefisien determinan diperoleh sebesar 0,802 yang artinya besarnya pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 80,2%. Sedangkan sisanya 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada peneliti ini yaitu variabel fasilitas, harga, lokasi, dan kepercayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian penelitian dan pembahasan ada pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri. Hal ini dilihat dari nilai signifikan t sebesar $0,00 < 0,05$.

2. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri. Hal ini dilihat dari nilai signifikan t sebesar $0,00 < 0,05$.

3. Secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan TERHADAP Kepuasan Kosumen pada CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri. Hal ini terlihat dari nilai signikansi F Sebesar $0,00 < 0,05$.

Dilihat dari uji validitas angket variabel kualitas produk dinyatakan valid dengan angka sebesar 0,956, sedangkan dari variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dengan angka sebesar 0,950. Kemudian dari hasil uji reliabilitas angket variabel kualitas produk sebesar 0,846 sedangkan angket variabel kualitas pelayanan sebesar 0,843. Maka dapat disimpulkan bahwakualitas produk sangat mendominasi terhadap kepuasan konsumen.

2. Saran

1. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini, penulis menyarankan agar CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri meningkatkan kualitas produk, untuk selalu ditingkatkan lagi untuk pembuatan batako biar tidak mengurangi kepuasan konsumen terhadap kualitas produk. Lalu pada kualitas pelayanannya agar lebih mengevaluasi pelayanan dari para karyawan agar lebih cepat dan tepat dalam melayani konsumen biar meningkatkan kepuasan konsumen. Pada kepuasan konsumen, CV. LANTABOORA ORIGIN Pare, Kabupaten Kediri harus lebih memberikan rasa nyaman saat konsumen membeli di CV. LANTABOORA ORIGIN.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan, pemahaman, dan menambah wawasan bagi pembaca untuk melakukan penelitian khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan pembaca atau bahan referensi serta tolak ukur untuk melakukan penelitian khususnya berhubungan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvino, G. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf) Tugas Akhir*.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal*

- Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14.*
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung- Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA, 2(3)*, 1768– 1780.
- Dedeh Kurniasih. (2021). *KEPUASAN KONSUMEN Studi terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek* (Achmad Roz). Bintang Sembilan Visitama.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA, 4(1)*, 109–119.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1)*, 19– 28.
<https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA, 4(1)*, 575–584.
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Majalah Bisnis & IPTEK, 14(2)*, 56–68.
<https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.231>
- Produk, P. K., & Pelayanan, D. A. N. (2018). *Studi Kasus pada Konsumen di Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Studi Kasus pada Konsumen di Ekologi Desk and Coffee Yogyakarta.*
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Tjiptono Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699.