

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA BENTO JOK SAGERI JAYA SOFA DI  
NANIA KEC. BAGUALA AMBON**

<sup>1)</sup> Andrie Christina Salhuteru<sup>2)</sup> Marie Chrestien Tahalele  
<sup>1,2)</sup> Jurusan Administrasi Niagadan Politeknik Negeri Ambon  
<sup>1)</sup> andriechristinasalhuteru@gmail.com

**ABSTRACT**

The Bento Jok Segeri Jaya Sofa business was founded in 1984 which is a hereditary business by Mr. Iwan's family until today. Because, he also opened manufacturing services by visiting directly to places that consumers need. The business he started has also reached out of town to rural areas and villages because many consumers need his sofa making services. And from that business can also help his family's economy. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Bento Jok Segeri Jaya Sofa. The analysis technique that will be used in this study is a simple linear regression analysis technique. The results found are that the product quality variable has a t-test value of 9.214 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . This shows that product quality has a positive effect on consumer satisfaction. This can be seen from the respondents' answers on consumer quality with a positive Likert scale, the majority of which answered 4 which means agree and 5 which means strongly agree. And the respondents' answers to consumer satisfaction with a positive Likert scale measure where the majority answered 4 which means agree and 5 which means strongly agree. This means that the better the quality of consumers Bento Jok Segeri Jaya Sofa Di Nania, Baguala Ambon District, the higher the level of consumer satisfaction. With good product quality, physical inspection of product feasibility, monitoring and evaluation can be carried out continuously so that there is no decrease in consumer satisfaction. Based on the results of research on the effect of product quality on consumer satisfaction at Bento Jok Segeri Jaya Sofa in Nania, Baguala Ambon District, the following conclusions can be drawn: Product quality variable (X) has a positive and significant effect on consumer satisfaction seen from the results of the t test value of 9.214 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . With good product quality, a physical examination of the feasibility of product quality, monitoring and evaluation can be carried out continuously so that there is no decrease in product quality.

**ABSTRAK**

Usaha Bento Jok Segeri Jaya Sofa didirikan pada tahun 1984 yang merupakan usaha turun temurun oleh keluarga Pak Iwan hingga sampai saat ini.. Usaha ini beliau pasarkan oleh internet sehingga banyak konsumen yang berdatangan bahkan beliau turun langsung mengerjakan kursi-kursi di tempat konsumen tinggal. Karena, beliau juga membuka jasa pembuatan dengan berkunjung langsung ke tempat-tempat yang konsumen butuhka. Usaha yang beliau rintis ini juga sudah sampai ke luar kota hingga pedesaan dan perkampungan karena banyak konsumen yang membutuhkan jasa pembuatan sofa beliau. Dan dari usaha itu juga dapat membantu perekonomian keluarga beliau. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas peayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bento Jok Segeri Jaya Sofa. Teknik analisa yang akan di pakai dalam penelitian ini adalah teknik analisa regresi linier sederhana Hasil yang ditemukan adalah bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai uji t sebesar 9,214 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas kualitas konsumen dengan ukuran skala likert positif yang mayoritas menjawab 4 yang berarti setuju dan 5 yang berarti sangat setuju. Dan jawaban responden atas kepuasan konsumen dengan ukuran skala likert positif yang mayoritas menjawab 4 yang berarti setuju dan 5 yang berarti sangat setuju. Hal ini berarti semakin baik kualitas konsumen Bento Jok Segeri Jaya Sofa Di Nania, Kecamatan Baguala Ambon, maka tingkat kepuasan konsumen semakin naik. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka pemeriksaan fisik atas kelayakan produk, pengawasan dan evaluasi dapat dilakukan secara terus-menerus agar tidak terjadi penurunan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Bento Jok Segeri Jaya Sofa Di Nania, Kecamatan Baguala Ambon, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dilihat dari hasil nilai uji t sebesar 9,214 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan adanya kualitas produk yang baik maka pemeriksaan fisik atas kelayakan kualitas produk, pengawasan dan evaluasi dapat dilakukan secara terus-menerus sehingga tidak terjadi penurun kualitas produk.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen*

**1. PENDAHULUAN**

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Di Era Globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran. Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian (Pujadi, 2010). Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal. Sejalan dengan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan semakin meningkat.

Usaha Bento Jok Segeri Jaya Sofa didirikan pada tahun 1984 yang merupakan usaha turun temurun oleh keluarga Pak Iwan hingga sampai saat ini. dan lokasi penjualannya di rumah, awalnya usaha ini dibuka jauh dari jalan raya sehingga ada konsumen yang berkunjung dan memberikan saran kepada beliau untuk mencari lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Maka, beliau mendapat tempat lokasi sekarang yang dekat dengan jalan. Usaha ini beliau pasarkan oleh internet sehingga banyak konsumen yang berdatangan bahkan beliau turun langsung mengerjakan kursi-kursi di tempat konsumen tinggal. Karena, beliau juga membuka jasa pembuatan dengan berkunjung langsung ke tempat-tempat yang konsumen butuhkan. Usaha yang beliau rintis ini juga sudah sampai ke luar kota hingga pedesaan dan perkampungan karena banyak konsumen yang membutuhkan jasa pembuatan sofa beliau. Dan dari usaha itu juga dapat membantu perekonomian keluarga beliau.

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi usaha Bento Jok Segeri Jaya Sofa mengalami masalah atau kendala seperti Kualitas Produk yang kurang baik dan memuaskan. Usaha Bento Jok Segeri Jaya Sofa terletak di Nania Kecamatan Baguala Jln.Laksdaya Leowatimena disamping Koramil. Yang menjadi masalah dan kendala adalah Kualitas Produk yaitu kekuatan produk yang membuat sofa cepat rusak, motif kursi atau sofa kurang bagus atau memuaskan konsumen, kemampuan konsumen untuk datang berbelanja itu tidak memuaskan konsumen, penampilan produk kurang menarik minat konsumen. Oleh sebab itu bertolak dari fenomena tersebut kualitas produk sangat berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen, kajian empiris dan permasalahan yang dihadapi oleh Bento Jok Segeri Jaya Sofa maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bento Jok Segeri Jaya Sofa di Nania Kecamatan Baguala Ambon.

Tabel 1.1  
Jumlah Penjualan Kursi Sofa Dan Lemari  
Periode Bulan Januari- Desember 2021 Dan Januari 2021

No	Bulan	Penjualan Kursi Sofa (Set)	Penjualan Lemari (Buah)
1.	Januari	5	2
2.	Februari	7	3
3.	Maret	4	3
4.	April	5	2
5.	Mei	7	5
6.	Juni	6	2
7.	Juli	4	2
8.	Agustus	6	4
9.	September	5	3
10.	Oktober	4	2
11.	November	3	4
12.	Desember	9	3
13.	Januari	6	4
<b>Total Penjualan</b>		<b>71</b>	<b>39</b>

Sumber : bento jok segeri jaya sofa 2021

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas peayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bento Jok Sageri Jaya Sofa.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Stanton (1996) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun kepada pembeli potensial.

Nitisusastro (2017) merumuskan definisi kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Kotler (2013) produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar agar diperhatikan, dimana diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan segala sesuatu tersebut dapat berupa barang, jasa, orang, tempat, organisasi, kegiatan ide atau gagasan. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak. Persaingan merek yang tajam belakangan ini memaksa para marketer untuk memberikan daya tarik yang lebih baik daripada pesaingnya. Maklum, adanya berbagai merek membuat konsumen diuntungkan. Konsumen memilih suatu merek adalah kualitas produk. Kualitas produk tidak diragukan lagi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk yang dapat diterima adalah elemen utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2004) kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain:

1. Kinerja (Performance) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
2. Daya tahan (Durability) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.

3. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specification) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.
4. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
5. Estetika (Esthetica) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.
6. Keandalan (Realibility) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.
7. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.
8. Dimensi kemudahan perbaikan (Service ability) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan konsumen tercapai maka akan timbul loyalitas dari konsumen, oleh karena itu kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan konsumen tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Nursalam menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktifitas dari suatu produk dengan harapannya. Kepuasan konsumen berhubungan dengan mutu pelayanan yaitu dengan mengetahui tingkat kepuasan seorang konsumen.

### 3. METODOLOGI

Objek dari penelitian ini yaitu konsumen atau pelanggan yang datang berbelanja, dan Lokasi pada penelitian ini berada pada Usaha Bento Jok Segeri Jaya Sofa di Nania, Kecamatan Baguala Ambon. Jenis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen atau pelanggan dari Bento Jok Segeri Jaya Sofa. Menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik probability sampling dengan jeni pruposife sampling, yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Dan sesuai dengan karakteristik atau ciri-cirinya yaitu konsumen yang membeli prodak pada mebel beto jok segeri jaya sofa maka para konsumen tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (responden) sebagai dasar pengumpulan data. Sampel penelitian berjumlah 45 responden sesuai dengan jumlah minimal responden.

Teknik analisa yang akan di pakai dalam penelitian ini adalah teknik analisa regresi linier sederhana. Menurut Mulyono (2019) Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variable, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terkait atau dependent variable. Jika persamaan regresi hanya terdapat satu variabel bebas dengan satu variabel terkait, maka disebut dengan persamaan regresi sederhana. Jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut dengan persamaan regresi berganda. Pada regresi sederhana kita dapat mengetahui berapa besar perubahan dari variabel bebas dapat mempengaruhi suatu variabel terkait.

Variabel yang mempengaruhi disebut dengan berbagai istilah: variabel independen, variabel bebas, variabel penjelas, variabel eksplanatorik, atau variabel X karena dalam grafik sering digambar sebagai absis atau sumbu X). Variabel yang dipengaruhi dikenal sebagai variabel dependen, variabel terikat, atau variabel Y. Kedua variabel ini dapat merupakan variabel acak (random), namun variabel yang dipengaruhi harus selalu variabel acak. Analisis regresi adalah salah satu analisis yang luas pemakaiannya. Analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi dan ramalan.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

X = Variabel independent (Kualitas Pelayanan)

- a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)
- b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uji validitas penelitian ini menggunakan metode pearson correlation, yaitu mengorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan rtabel pada tingkat signifikansi < 0,05. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai rhitung > rtabel dan tingkat signifikansi < 0,05 maka item dinyatakan valid, sedangkan jika rhitung < rtabel dan tingkat signifikansi > 0,05 maka item dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0.722	0.1946	Valid
	X1.2	0.634	0.1946	Valid
	X1.3	0.633	0.1946	Valid
	X1.4	0.522	0.1946	Valid
	X1.5	0.622	0.1946	Valid
	X1.6	0.712	0.1946	Valid
	X1.7	0.548	0.1946	Valid
	X1.8	0.714	0.1946	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0.855	0.1946	Valid
	Y.2	0.754	0.1946	Valid
	Y.3	0.869	0.1946	Valid
	Y.4	0.847	0.1946	Valid
	Y.5	0.857	0.1946	Valid

Sumber : Lampiran output SPSS 16, Tahun 2022

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan tiap variabel adalah valid, karena nilai r<sub>hitung</sub> lebih besar dari nilai r<sub>tabel</sub> 0.1946.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan indikator suatu variabel atau konstruk. Menurut Sugiyono (2007) dalam Sadewo (2017), instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu dengan uji statistik Cronbach Alpha. Cronbach alpha adalah tolak ukur yang digunakan untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada (Ananda Aprishella 2014: 62) dalam Sadewo (2017). Instrumen yang digunakan disebut reliabel jika koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah pernyataan	Keterangan
Kualitas Produk	0.791	8	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.895	5	Reliabel

Sumber : Lampiran output SPSS 16, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha atas variabel pengendalian internal, variabel integritas, dan variabel kecenderungan kecurangan kualitas produk dan kepuasan konsumen mempunyai nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu

memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban yang sebelumnya.

Uji t (Uji parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen secara individu dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ). Tingkat signifikansi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah  $\alpha = 5\%$  (0,05). Hal ini berarti apabila nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari 5% (0,05) maka variabel independen secara individu dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013) dalam Wahyuni (2016). Dari hasil penelitian uji t dan signifikansi dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Parsial (uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.864	1.684		3.483	.001
Daya Tahan Produk	.466	.051	.815	9.214	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber : Lampiran output SPSS 16, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas di peroleh t-hitung  $x$  sebesar  $9.214 > t$ -tabel  $1,663$  dengan probabilitas  $0,000$  atau ( $p < 0,05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lokasi usaha terhadap minat pembelian. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear sederhana yang diper oleh nantinya dilakukan pada masing-masing variabel penelitian secara statistik yaitu Uji T.

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS Statistik versi 16* dengan bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dengan menggunakan Uji Signifikan Parsial (Uji T) yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.864	1.684		3.483	.001
Daya Tahan Produk	.466	.051	.815	9.214	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber : Lampiran output SPSS 16, Tahun 2022

Berdasarkan uji koefisien regresi sederhana diketahui konstanta sebesar  $5,864$ . Mengandung arti bahwa nilai variabel minat pembeli (Y) adalah sebesar  $5,864$ . Koefisien regresi variabel kualitas produk (X) sebesar  $0,935$  mengatakan bahwa setiap penambahan  $1\%$  nilai variabel kualitas produk (X) maka nilai variabel kepuasan konsumen(Y) bertambah sebesar  $0,935$ . Berdasarkan tabel di atas diperoleh bentuk persamaan regresinya adalah  $Y = 5.864 + 0.815X$ . Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai uji t sebesar  $9,214$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden atas kualitas

konsumen dengan ukuran skala likert positif yang mayoritas menjawab 4 yang berarti setuju dan 5 yang berarti sangat setuju. Dan jawaban responden atas kepuasan konsumen dengan ukuran skala likert positif yang mayoritas menjawab 4 yang berarti setuju dan 5 yang berarti sangat setuju. Hal ini berarti semakin baik kualitas konsumen Bento Jok Segeri Jaya Sofa Di Nania, Kecamatan Baguala Ambon, maka tingkat kepuasan konsumen semakin naik. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka pemeriksaan fisik atas kelayakan produk, pengawasan dan evaluasi dapat dilakukan secara terus-menerus agar tidak terjadi penurunan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Retna (2013) tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor" yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor.

## **5. PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Bento Jok Segeri Jaya Sofa Di Nania, Kecamatan Baguala Ambon, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dilihat dari hasil nilai uji t sebesar 9,214 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan adanya kualitas produk yang baik maka pemeriksaan fisik atas kelayakan kualitas produk, pengawasan dan evaluasi dapat dilakukan secara terus-menerus sehingga tidak terjadi penurunan kualitas produk.

### **5.2. Saran**

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain atau faktor lain yang dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah populasi di wilayah yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan pengujian dan penyempurnaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian guna mengurangi biasanya jawaban responden dan dapat menambahkan metode lain seperti metode wawancara dalam memperoleh data agar hasilnya dapat menggambarkan keadaan lapangan yang sebenarnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A, Parasuraman. 2001. The Behaviorial Consequenses of Service Quality, *Jurnal of Marketing*. Vol 60.
- Ahmad Khusaini. (2016) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA CLUB Arena Yogyakarta.
- American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Endar, Sugiarto dan Sri Sulartiningrum, 1996, Pengantar Industri Akomodasi dan. Restoran, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Erza Rizky Achmad. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada VespaBox Kota Malang). Ambika Shastri
- Fahrtira Viridha Noor. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawaran Alwahida Indoneia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu).
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- H. P.SutrayogaKm. Agus Satria Pramudana. (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar.
- Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex MediaKomputindo
- Hardiansyah. 2011. Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta: Gava Media.
- Hj. Wan Suryani. (2013) Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Pirngadi Medan. jiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality & Satisfaction Edisi 3 . Yogyakarta: ANDY Yogyakarta.
- Kartika Nur Rahmawati. (2017) Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedaibangsawan Klaten. Kelompok Gramedia.
- Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks
- M. Iqbal Hasan, 2002. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Machfoedz, Mahmud. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta. Cakra Ilmu
- Moenir, 2005, Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, Bumi Aksara, Jakarta.
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Putri Pungkas Setia Sari. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kuliner Taman Belitong Bandar Lampung.
- Roscoe. (1982). "Research Methods For Business", New York. Mc Graw Hill
- Stanton, William. J dan Y. Lamarto. 1996. Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.