

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Wali Jaya Utama

Supriyanto¹, Tiurniari Purba²

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Program Studi Manajemen,
Universitas Putera Batam

Email: Supriyanto1603@gmail.com¹, tiurniari@gmail.com²

Abstrak

Kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi dimana usaha itu berada. Pelanggan akan selalu menginginkan lokasi yang mudah dijangkau, produk berkualitas tinggi, layanan yang sopan serta ramah sesuai pada kualitas produk yang dibeli. Tujuan penelitian ini adalah apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama. Populasi pada penelitian ini 120 responden dengan menggunakan teknik *sampling* jenuh sehingga sampel pada penelitian ini yaitu sejumlah 120 responden. Analisis data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk; kualitas pelayanan; lokasi; kepuasan konsumen

Abstract

Consumer satisfaction with goods or services is influenced by factors such as product quality, service quality, and the location where the business is located. Customers will always want an easily accessible location, high quality products,

courteous and friendly service according to the quality of the product purchased. The purpose of this study is whether product quality, service quality, and location affect consumer satisfaction at PT Wali Jaya Utama. The population in this study was 120 respondents using a technique sampling saturated so that the sample in this study was 120 respondents. Data analysis in this study was processed using the SPSS version 25 program. The results of this study indicate that product quality partially has a significant effect on consumer satisfaction. Service quality partially has a significant effect on customer satisfaction. Location partially has no significant effect on customer satisfaction. Product quality, service quality, and location simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *product quality; service quality; location; customer satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Dalam era yang sekarang, kompetitor bisnis dalam perdagangan semakin besar sehingga memaksa pengusaha untuk bisa mempunyai kelebihan bersaing yang berkelanjutan. Setiap perusahaan pasti memiliki keunggulan bersaing yang unik. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk selalu memaksimalkan kemampuan inovatifnya, dan menciptakan hal-hal baru, tidak hanya mempertahankan keunggulan yang sudah ada (Maulidah *et al.*, 2019: 26).

Kepuasan konsumen berarti konsumen merasakan kepuasan dari barang atau layanan yang sudah digunakan, dan akan membeli barang atau jasa perusahaan tersebut kedepannya. Kepuasan pelanggan terbentuk dikarenakan kemampuan dan kualitas produk pada perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Aulia & Hidayat, 2017: 2)

Kualitas produk yang akan langsung memberikan dampak pada kemampuan suatu barang atau layanan, maka kualitas tidak dapat dipisahkan dengan nilai dan juga kepuasan konsumen (Aulia & Hidayat, 2017: 2) Pada PT Wali Jaya Utama masih saja ada keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk pada perusahaan. Konsumen

mengeluh mengenai kualitas yang dihasilkan tidak sesuai atau memenuhi standar spesifikasi yang diinginkan konsumen, sehingga kepuasan yang ingin dirasakan konsumen tidak terpenuhi.

Kualitas layanan dapat disebut sebagai pernyataan hubungan dan sikap yang dibuat, dan perbandingan antara keinginan dan kemampuan suatu layanan. Layanan berkualitas tinggi akan memberikan kesan kepuasan kepada konsumen. (Riyanto, 2017: 6) Kualitas pelayanan yang bisa diberikan oleh PT Wali Jaya Utama sangat terbatas, dimana perusahaan tersebut hanya memiliki jumlah karyawan yang sedikit untuk melayani konsumen yang datang, sehingga jika perusahaan sedang ramai dikunjungi, konsumen tidak bisa dilayani dengan cepat. Perusahaan juga baru saja menambah karyawan baru dan masih dalam masa pelatihan yang dimana karyawan baru masih belum terlatih dan kurangnya pengetahuan pada produk sehingga menghambat pelayanan yang baik kepada konsumen.

Lokasi dapat menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen untuk menjangkau sebuah produk. Langkah yang bisa digunakan agar konsumen dapat tertarik yaitu mendahulukan lokasi, karena pemilihan lokasi yang strategis dan terjangkau dapat memberikan rasa kepuasan bagi konsumen (Setiawan *et al.*, 2019: 168). Lokasi dari PT Wali Jaya Utama terletak di pada Jl. Gajah Mada, Komp. Jaya Makmur No. 2-3 Tiban III Batam. Lokasi yang terletak jauh dari pusat kota membuat konsumen mengeluh dengan sistem pengantaran yang lambat untuk daerah Batam Kota, Nongsa dan sekitarnya apalagi jika pelanggan/konsumen membutuhkan produk dengan segera.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk tidak dapat terlepas dengan kemampuan produk tersebut agar dapat menjalankan fungsinya. Kualitas produk merupakan sifat atau karakteristik dari produk ataupun layanan yang memiliki kegunaan untuk dapat memenuhi keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan, yang terdiri dari kemudahan, ketepatan, keandalan, dan pemeliharaan pada sebuah produsen (Setyo, 2017: 757).

Dalam penjelasan tersebut sesuai pada penelitian yang sudah dilakukan oleh (Lesmana, 2019) yang mengemukakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori diatas, bisa diartikan kualitas produk merupakan manfaat nyata yang diberikan oleh sebuah produk pada saat konsumen menggunakan produk tersebut yang bertujuan untuk memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah tingkat kelebihan yang diinginkan dan pengontrolan pada tingkat kelebihan tersebut agar keinginan pelanggan dapat terpenuhi dan juga merupakan sesuatu hal sangat berpengaruh didalam mempertahankan konsumen untuk jangka waktu yang panjang. Perusahaan yang mempunyai pelayanan yang terbaik maka akan bisa memaksimalkan prestasi keuangan perusahaan (Asti & Ayuningtyas, 2020: 5).

Dalam penjelasan tersebut adalah sinkron pada pengkajian yang sudah dijalankan oleh (P G Ola Uran & Sugiarso, 2017) mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori diatas, bisa diartikan kualitas pelayanan merupakan tingkat suatu layanan dari sebuah perusahaan yang konsumen dapatkan agar dapat terpenuhi kebutuhan konsumen.

3. Definisi Lokasi

Lokasi merupakan dimana suatu perusahaan didirikan. Lokasi yang strategis pastinya akan terdapat akses yang mudah, dapat mempermudah konsumen yang besar dalam mencari kebutuhan konsumen dan dapat dengan mudah mengubah pola transaksi para konsumen. Lokasi harus bisa mempromosikan dimana perusahaan tersebut berada. (Sofyan *et al.*, 2019: 4232).

Dalam penjelasan tersebut adalah sinkron pada pengkajian yang sudah dilakukan oleh (Desrianto & Afridola, 2020) mengemukakan bahwa variabel Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

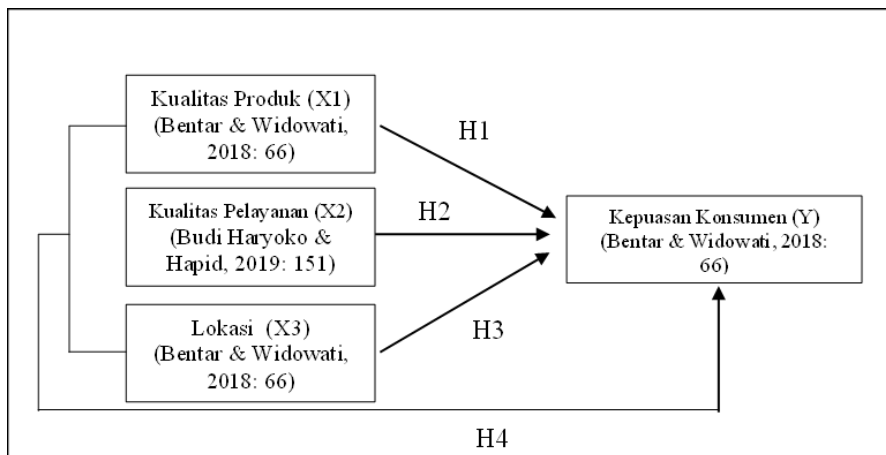
Berdasarkan teori diatas, bisa diartikan lokasi merupakan tempat dimana suatu perusahaan melakukan kegiatan usahanya dan merupakan faktor utama dari keberhasilan pada penjualan suatu produk.

4. Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut (Aswad *et al.*, 2018: 79) Kepuasan konsumen merupakan perasaan puas atau tidak puas dari seorang pelanggan yang diketahui dari hasil membanding-bandingkan kemampuan dari produk yang diterima pelanggan dengan ekspektasi yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan teori yang dijelaskan oleh para pakar, bisa diketahui bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan yang ada pada pelanggan (senang atau kecewa) setelah menggunakan dan merasakan barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan.

5. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

6. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat (Sugiyono, 2017: 63). Berdasarkan dalam penjelasan tersebut, sehingga ditetapkan hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama
- H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama
- H3: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama
- H4: Kualitas produk, kualitas pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama

C. METODE

Peneliti menggunakan metode kuantitatif pada penelitian ini variabel dependen untuk penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi dan variabel independen untuk penelitian ini adalah kepuasan konsumen. metode penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden yang dijadikan sampel. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober s/d Desember 2021. Lokasi Penelitian yaitu pada PT Wali Jaya Utama. Responden adalah konsumen pada PT Wali Jaya Utama. Setelah mengumpulkan data dari lapangan selanjutnya akan dilakukan uji kualitas data yang didalamnya berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah dua uji tersebut, dilanjutkan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah melawati uji asumsi klasik selanjutnya yaitu uji pengaruh berupa analisis linear berganda, analisis determinasi. Dan yang terakhir melakukan uji hipotesis secara parsial dengan uji t dan uji f dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, uji validitas dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen memperoleh nilai r hitung $>$ dari r tabel (0,179) sehingga semua pernyataan dari variabel tersebut dinyatakan valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data uji reliabilitas, variabel kualitas produk (X1) memperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,919 , variabel kualitas pelayanan (X2) 0,912, variabel Lokasi (X3) 0,839, serta variabel

kepuasan konsumen (Y) 0,862. Dari data tersebut seluruh variabel mempunyai nilai $> 0,6$, sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas yang terdapat pada uji kolmogorov-smirnov yaitu nilai *Asymp.Sig. (2 tailed)* = $0,200 > 0,05$ (*alpha*), sehingga bisa dikatakan seluruh variabel tersebar normal. Pada uji multikolinearitas terdapat nilai VIF < 10 yaitu 2,229 (X₁), 1,939 (X₂), 1,667 (X₃), dan nilai toleransi $> 0,1$ yaitu 0,449 (X₁), 0,516 (X₂), 0,600 (X₃) sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas. Pada uji heteroskedastisitas memiliki nilai sig $> 0,05$ yaitu 0,875 (X₁), 0,599 (X₂), 0,263 (X₃) pada uji Gletser sehingga tidak terdapat adanya heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Linear Berganda

Bersumber pada hasil pengolahan data memperoleh data persamaan regresi linier berganda dengan nilai Beta (B) yakni :

$$Y = 0,773 + 0,133X_1 + 0,069X_2 + 0,106X_3$$

Persamaan regresi di atas, terdapat arti sebagai berikut

1. Konstanta memiliki nilai positif sebesar 0,773 dapat diartikan apabila variabel kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂), dan lokasi (X₃) mengalami kenaikan maka variabel kepuasan konsumen (Y) juga akan meningkat.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X₁) memiliki nilai positif sehingga dapat disimpulkan adanya keterkaitan positif antara kualitas produk (X₁) dan kepuasan konsumen (Y). Jika kualitas produk (X₁) meningkat 1 satuan atau 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan naik 0,133 atau 13,3%.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X₂) memiliki nilai positif sehingga dapat disimpulkan adanya keterkaitan positif antara

kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y). Jika kualitas pelayanan (X_2) meningkat 1 satuan atau 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan naik 0,069 atau 6,9%.

4. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X_3) memiliki nilai positif sehingga dapat disimpulkan adanya keterkaitan positif antara lokasi (X_3) dan kepuasan konsumen (Y). Jika lokasi (X_3) meningkat 1 satuan atau 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,106 atau 10,6%.

5. Hasil Uji Koefisien determinasi

Berdasarkan hasil uji memperoleh data koefisien determinasi berupa nilai Adjusted R Square sebesar 0,622 atau 62,2% maka menunjukkan variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan lokasi (X_3) dapat memberi perubahan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 62,2% dan 37,8% oleh variabel yang tidak diteliti.

6. Hasil Uji t

Tabel 1 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.773	.836		.924	.357
	X1_Kualitas_Produk	.133	.025	.449	5.342	.000
	X2_Kualitas_Pelayanan	.069	.024	.222	2.830	.005
	X3_Lokasi	.106	.032	.239	3.282	.001

Berdasarkan hasil uji dari tabel 1, maka uji hipotesis dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditinjau dari pembahasan berikut ini.

1. Kualitas produk memperoleh hasil uji t hitung yaitu 5,342 yang terdapat nilai $>$ dari t tabel $5,342 > 1,98063$ dan juga nilai signifikansi $0,000 <$

0,05 sehingga hipotesis pertama diterima. Maka bisa disimpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Kualitas pelayanan memperoleh hasil uji t hitung yaitu 2,830 yang terdapat nilai > dari t tabel yaitu $2,830 > 1,98063$ dan juga nilai signifikansi $0,005 < 0,05$ sehingga hipotesis kedua diterima. Maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Lokasi memperoleh hasil uji t hitung yaitu 3,282 yang terdapat nilai > dari t tabel yaitu $3,282 > 1,98063$ dan juga nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga hipotesis ketiga diterima. Maka lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

7. Hasil Uji F

Tabel 2 Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287.446	3	95.815	66.364	.000 ^b
	Residual	167.479	116	1.444		
	Total	454.925	119			

Berdasarkan hasil uji f dari tabel 2 memperoleh nilai f hitung sebesar 66,364 yang memiliki nilai > dari f tabel yakni $66,364 > 2,68$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis keempat diterima. Maka kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk berupa kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, dan kesan kualitas yang terkandung pada sebuah produk akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, semakin tinggi kualitas produk maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi, atau sebaliknya.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan berupa *tangibles* (berwujud), *realibility* (kehandalan), *responsivess* (ketanggapan), *assurance* (jaminan). Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi, atau sebaliknya.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Lokasi berupa akses, visibilitas, lalu lintas, kompetisi, dan lingkungan. Semakin strategis lokasi perusahaan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi, atau sebaliknya.

E. PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Saran

1. Perusahaan dapat menemukan permasalahan secara spesifik terlebihnya pada peningkatan fitur-fitur produk seperti variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen dan meningkatkan kualitas produk agar dapat memuaskan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

2. Perusahaan dapat meningkatkan kehandalan pelayan dalam melayani konsumen dengan melakukan pemberian pelatihan kepada pelayan sehingga layanan yang diberikan kepada konsumen dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan.
3. Perusahaan perlu melakukan peningkatan pada bagian visibilitas terutama terkait penempatan lokasi yang jelas dengan menggunakan papan penunjuk, menyediakan sarana dan prasarana yang maksimal agar konsumen lebih mudah dalam berkunjung ke lokasi.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya dapat memperbanyak responden dan menggunakan alat analisis yang berbeda dengan alat yang ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14.
- Aswad, S., Realize, & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jim Upb*, 6(2), 77–85.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Desrianto, & Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 2020–2033. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28054>
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- P G Ola Uran, S., & Sugiarto, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Muslim Parabola Cileungsi Bogor. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 642–651.
- Riyanto, D. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung*. 01(05), 1–11.
- Setiawan, R., Kosasih, K., & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 167. <https://doi.org/10.24843/bse.2019.v24.i02.p01>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan

Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.

- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht’S Up Café Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4230–4240. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.25040>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.