

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN (STUDI KASUS UD. DEPO PAGERWOJO)**

Sinta Zustika

(Skripsi, S1 Manajemen, ITB Ahmad Dahlan Lamongan)

E-mail : [sintazustika@gmail.com](mailto:sintazustika@gmail.com)

**ABSTRAK**

**Zustika, Sinta. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus UD. Depo Pagerwojo). Skripsi, Program S1 Manajemen, (1) Darianto, SE., M.M. (2) Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada UD. Depo Pagerwojo. Lamongan. Sampel penelitian ini adalah pelanggan UD. Depo Pagerwojo. Teknik penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data diolah secara statistik dengan program *SPSS for windows versi 26.0*.

Hasil penelitian secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di UD. Depo Pagerwojo. Secara parsial, masing-masing variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan**

**ABSTRACT**

**Zustika, Sinta. 2021. Effect of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction (Case Study UD. Depo Pagerwojo). Thesis, S1 Management Program, (1) Darianto, SE., M.M. (2) Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M.**

This study aims to test and analyze Product Quality, Service Quality and Trust in Customer Satisfaction. This research was conducted at UD. Depo Pagerwojo. Lamongan. The sample of this research is UD customers. Depo Pagerwojo. This research technique uses probability sampling technique. This type of research is quantitative research. The data was statistically processed with the SPSS for windows version 26.0 program.

Simultaneous research results Product Quality, Service Quality and Trust have a positive and significant impact on Customer Satisfaction at UD. Depo Pagerwojo. Partially, each variable of Product Quality, Service Quality and Trust has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Trust, Customer Satisfaction**

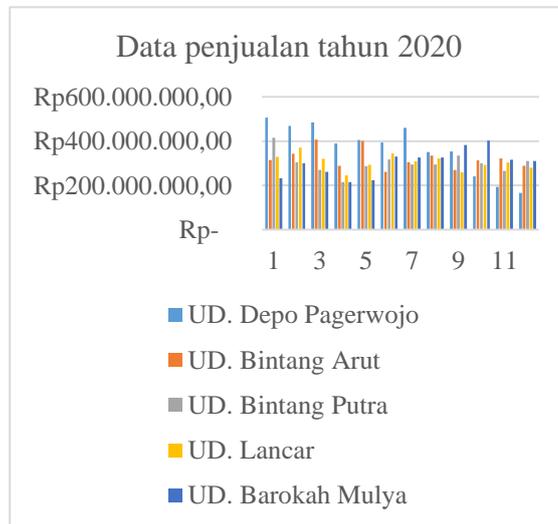
## PENDAHULUAN

### Latar belakang

Seiring bertambahnya tahun perkembangan pembangunan di Indonesia semakin pesat. Hal ini membuat bisnis dibidang pembangunan bermunculan dan persaingan bisnis semakin ketat. Para pelaku usaha ini wajib mempertahankan pasar mereka dan menciptakan inovasi sehingga dapat bersaing dengan usaha bangunan lainnya.

Di kabupaten Lamongan terdapat 5 toko bangunan yaitu : UD. Depo Pagerwojo, UD. Bintang Arut, UD. Bintang Putra, UD. Lancar dan UD. Barokah Mulya. Masing-masing toko bangunan tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri. Berikut merupakan data penjualan di toko tersebut.

### Data Penjualan tahun 2020



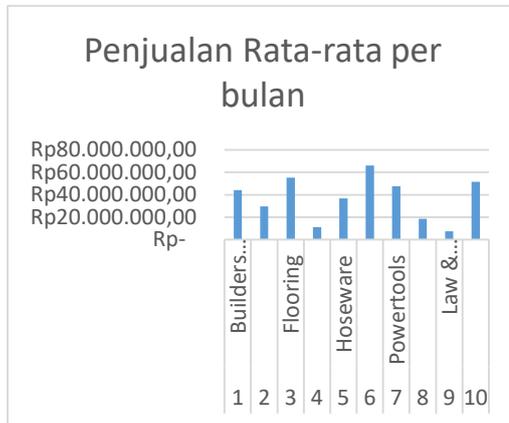
Dari data diatas rata-rata penjualan tertinggi adalah di UD. Depo Pagerwojo yang merupakan toko bangunan yang terlengkap di Lamongan sehingga membuat tingkat penjualannya semakin meningkat.

Berikut adalah data barang dan alat bangunan yang dijual di UD. Depo Pagerwojo :

1. Builders Hardwarese (perlengkapan bangunan) : kunci pitu, ramskar, gembok, engsel, aksesoris jendela.
2. Fasteners (pengikat mekanik) : lem kayu, sekrup, mur, baut, dynabolt, rivet paku.
3. Flooring (perlengkapan penutup lantai maupun dinding) : keramik dinding, keramik lantai, granit, pengisi nat, wallpaper dinding, sheet dan Vinyl.
4. Hand Tools (perkakas alat pertukangan) : palu, gergaji dan tatah.
5. Hoseware (kebutuhan perlengkapan rumah) : kitchen set, rak piring, tempat sabun dan gantungan handuk.
6. Paint & Sundries (macam-macam varian cat serta perangkat pengecatan) : cat tembok, waterproofing, kuas, cat besi, thinner dan resin.
7. Powertools (perkakas bertenaga listrik seperti : Impact Drill, jig saw, mesin bor dan aksesoris bor, mesin las dan mesin cutting.
8. Plumbing Sanitary (peralatan dan pembuangan air kotor serta sanitasi) : kran, pump, water heater, pipa ledeng, closet dan bak cuci piring.
9. Law & Garden (peralatan berkebun) : Gunting rumput dan ranting.

10. Kaca seperti : kaca cermin, kaca jendela, kaca pintu, kulkas, spion montor atau mobil dan masih banyak lagi

### Penjualan Rata-rata Perbulan



Dari data barang diatas, diketahui produk yang mengalami penjualan tertinggi adalah kelompok produk paint & sundries. Produk ini sangat mudah terjual karena banyaknya usaha property dan aluminium yang berkembang di Lamongan. Akan tetapi pada tahun 2020 tepatnya pada bulan Oktober hingga bulan Desember UD. Depo Pagerwojo mengalami penurunan tingkat penjualan yang signifikan. Hasil observasi dan wawancara dari beberapa pelanggan dan beberapa karyawan pada awal tahun 2021 ditemukan beberapa faktor yang menyebabkan fenomena penurunan penjualan yang signifikan tersebut yaitu tentang kualitas produk.

Banyaknya komplain dari pelanggan tentang kualitas produk yang dijual cacat yang dikarenakan kurangnya kepedulian karyawan UD. Depo Pagerwojo dalam pengecekan barang sebelum barang terjual. Hal

tersebut yang membuat penjualan di UD. Depo Pagerwojo mengalami penurunan signifikan dari pada toko bangunan lainnya terbukti pada data penjualan diatas.

Fenomena selanjutnya disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang baik seperti kurang ramah, kurang tanggap dan kurang cepat. Selain itu UD. Depo Pagerwojo juga perlu menambah system pelayanan seperti : adanya layanan pengiriman barang, pemesanan jangka panjang dan layanan pemesanan lewat aplikasi online guna meningkatkan kualitas pelayanan. Dari hal tersebut yang menyebabkan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus benar-benar diperhatikan. Menurunnya kualitas produk yang dijual dan kualitas pelayanan yang ada di UD. Depo Pagerwojo juga mengakibatkan menurunnya rasa kepercayaan pelanggan.

Jika kepercayaan pelanggan ini terus menerus menurun maka pelanggan tidak menemukan kepuasan dalam melakukan pembelian di UD. Depo Pagerwojo. Pelanggan akan cenderung memilih melakukan pembelian di toko lain seperti yang ada didata diatas.

Penting bagi UD. Depo untuk berfokus pada kepuasan pelanggan agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Jika pelanggan mendapat pelayanan yang baik, mendapat produk dengan kualitas yang bagus dan tumbuhnya rasa kepercayaan, maka dari pelanggan

tersebut akan terbentuk kepuasan. Dan sebaliknya, jika pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang baik, mendapat kualitas produk buruk atau cacat dan tidak terbentuknya rasa kepercayaan maka pelanggan tersebut merasa kecewa dan tidak merekomendasikan ke masyarakat.

Dari fenomena yang sudah disebutkan di atas merupakan hal yang menjadi ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian di UD. Depo Pagerwojo. Penelitian ini akan disusun dalam laporan penelitian skripsi dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus UD. Depo Pagerwojo)”** Rumusan penelitian ini yaitu : 1) Apakah ada pengaruh Kualitas Produk secara *parsial* terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo ? 2) Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan secara *parsial* terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo ? 3) Apakah ada pengaruh Kepercayaan pelanggan secara *parsial* terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo ? 4) Apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara *simultan* terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo ?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk secara *parsial* terhadap Kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo. 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh

Kualitas Pelayanan secara *parsial* terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo. 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepercayaan secara *parsial* terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo. 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara *simultan* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan UD. Depo Pagerwojo.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen**

Definisi manajemen yang dikutip oleh (Hasibuan, 2011) menyatakan “Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien”.

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut (Kotler & Keller, 2011:6) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13, manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

### **Pemasaran**

(Daryanto, 2011:1) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Martono & Iriani, 2014) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

### Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam (Tjiptono & Chandra, 200:17), “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

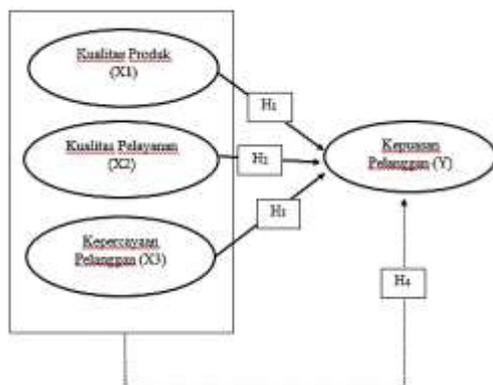
### Kepercayaan

Menurut (Maharani, 2010) Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut (Hansemark & Albinsson, 2004) kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima.

### Kerangka Konsep Penelitian



### Hipotesis

1) H1 : Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo. 2) H2 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UD Depo Pagerwojo. 3) H3 : Diduga kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo. 4) H4 : Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan simultan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengukur pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di UD. Depo Pagerwojo. Sedangkan Sampel dari penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{[Za/2]^2}{E}$$

$$n = \frac{[1,96]}{0,20}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

Za/2 : Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (a) 95%

E : Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden. Agar penelitian ini menjadi lebih fit maka sampel diambil menjadi 100. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai dalam dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

#### **Metode Pengumpulan Data**

- a) Kuesioner : Kuesioner yang diterapkan dalam penelitian ini adalah model tertutup karena opsi-opsi telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan skala likert.
- b) Wawancara : Wawancara akan dilakukan kepada para pelanggan UD. Depo pagerwojo yang sedang melakukan pembelian guna memperoleh data yang diperoleh data yang diperlukan untuk mendukung kelengkapan data.

#### **Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel**

##### **Kualitas produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016) indikator kualitas produk sebagai berikut : 1) Kadar Produk. 2) Desain Produk. 3) Daya tahan Produk.

##### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml (2000) indikator kualitas pelayanan sebagai berikut : 1) Kehandalan/ Reliability. 2) Keresponsifan/Responsiveness. 3) Jaminan/Assurance. 4) Empati/Kepedulian. 5) Berwujud/Tangible.

##### **Kepercayaan**

Menurut Maharani (2010) indikator kepercayaan sebagai berikut : 1) Kehandalan. 2) Kejujuran. 3) Kepedulian. 4) Kredibilitas.

##### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan (2008) indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut : 1) Perasaan puas. 2) Selalu membeli produk. 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain. 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

##### **Teknik Analisis Data**

Untuk mendukung hasil penelitian ini, data penelitian yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis menggunakan alat statistic yang berupa program aplikasi SPSS 26. Adapun pengujian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

##### **Uji Keabsahan Data**

Uji Validitas : Alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Sig (2 tailed)* dengan angka probabilitas 0,05. Apabila nilai *Sig (2 tailed)* <0,05 maka kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya apabila nilai *Sig (2 tailed)*

>0,05, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas : Alat ukur yang berguna untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handak apabila jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten/stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) > 0,60.

#### **Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas : Menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data dilihat ada sumbu diagonal dari grafik. Apabila mengikuti arah garis maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data jauh dari grafik maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi : Uji ini digunakan dengan cara membandingkan nilai Durbin Watson dengan tabel Durbin Watson. Bila DW terletak antara batas atas (du) dan (4-du), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.

Uji Multikolinearitas : Menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat *Collnearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih

besar dari 10 dan nilai tolerance tidak boleh kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala Multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala Multikolinieritas tidak ada.

Uji Heteroskedastisitas : Mengetahui ada tidaknya kesamaan nilai deviasi standar pada variabel yang digunakan. Jika ada pola tertentu, seperti titik ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah pada Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **Analisis Regresi Berganda**

Analisis ini diterapkan supaya dalam penelitian ini akan diketahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di Depo Pagerwojo. Hasil dari analisis regresi yakni berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen.

Koefisien ini didapat dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Berikut adalah persamaan regresi linier bergandanya :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefesien regresi dan Kualitas Produk

$b_2$  = Koefisien regresi dan Kualitas Pelayanan

$b_3$  = Koefisien regresi dan Kepercayaan

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$X_3$  = Kepercayaan

$e$  = Error

### **Kriteria Pengujian Hipotesis**

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) : Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.

Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, maka  $H_a$  diterima

Uji Signifikansi Simultan ( Uji F) : Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.

**Koefisien Determinasi** : Koefisien determinasi dilihat menggunakan  $R^2$  *Square* untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y.

## HASIL & PEMBAHASAN

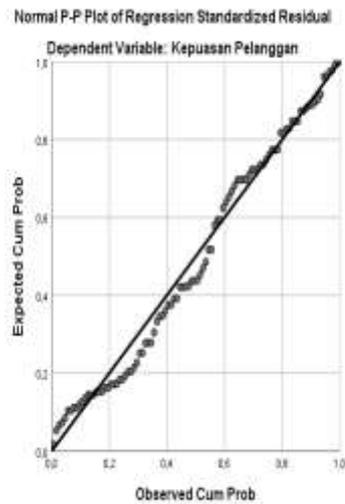
**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	1	0,524	0,1966	0,000	Valid
	2	0,633	0,1966	0,000	Valid
	3	0,65	0,1966	0,000	Valid
	4	0,641	0,1966	0,000	Valid
	5	0,715	0,1966	0,000	Valid
	6	0,565	0,1966	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	1	0,467	0,1966	0,000	Valid
	2	0,61	0,1966	0,000	Valid
	3	0,536	0,1966	0,000	Valid
	4	0,415	0,1966	0,000	Valid
	5	0,427	0,1966	0,000	Valid
	6	0,526	0,1966	0,000	Valid
	7	0,692	0,1966	0,000	Valid
	8	0,656	0,1966	0,000	Valid
	9	0,566	0,1966	0,000	Valid
	10	0,553	0,1966	0,000	Valid
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	1	0,634	0,1966	0,000	Valid
	2	0,497	0,1966	0,000	Valid
	3	0,621	0,1966	0,000	Valid
	4	0,661	0,1966	0,000	Valid
	5	0,609	0,1966	0,000	Valid
	6	0,664	0,1966	0,000	Valid
	7	0,625	0,1966	0,000	Valid
	8	0,574	0,1966	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,502	0,1966	0,000	Valid
	2	0,607	0,1966	0,000	Valid
	3	0,61	0,1966	0,000	Valid
	4	0,536	0,1966	0,000	Valid
	5	0,588	0,1966	0,000	Valid
	6	0,577	0,1966	0,000	Valid
	7	0,628	0,1966	0,000	Valid
	8	0,504	0,1966	0,000	Valid

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,677	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,738	Reliabel
Kepercayaan	0,761	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,701	Reliabel

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**



**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,08475875
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,059
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,120 <sup>c</sup>

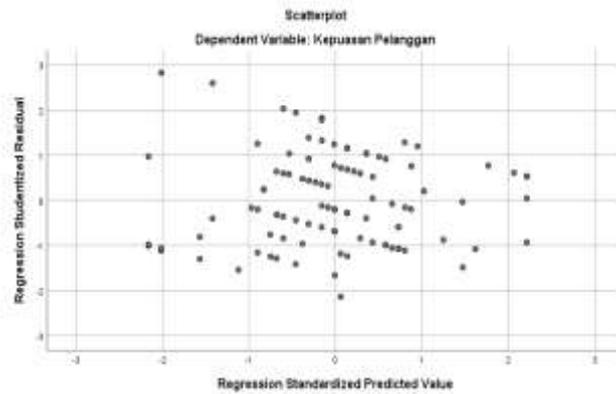
**Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	2,259

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

No	Nama Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	Kualitas Produk	0,746	1,341
2.	Kualitas Pelayanan	0,783	1,278
3.	Kepercayaan	0,940	1,064

**Gambar 2. Hasil Uji Scatterplot**



**Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,477	3,955		4,166	,000
	Kualitas Produk	,248	,111	,233	2,236	,028
	Kualitas Pelayanan	,166	,069	,246	2,420	,017
	Kepercayaan	,167	,079	,195	2,098	,039

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Tabel 7. Hasil Uji t**

No	Variabel	t Hitung	t Tabel	Nilai Signifikan
1.	Kualitas Produk	2,236	1,988	,028
2.	Kualitas Pelayanan	2,420	1,988	,017
3.	Kepercayaan	2,098	1,988	,039

**Tabel 8. Hasil Uji Signifikan F**

F Hitung	F Tabel	Nilai Signifikan
9,239	2,70	,000

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,473 <sup>a</sup>	,224	,200	2,11708
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

**Pembahasan****Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo**

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) diterima, artinya penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, yaitu  $2,236 > 1,985$ . Berdasarkan nilai signifikan sebesar 0,028 lebih kecil dari 0,05.

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Depo Pagerwojo**

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) diterima, artinya penelitian ini menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu  $2,420 > 1,985$ . Berdasarkan nilai signifikan sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05.

**Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan UD. Depo Pagerwojo.**

Hasil uji hipotesis ke empat (H4) diterima, artinya penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari nilai f hitung sebesar 9,239 lebih besar dari f tabel sebesar 2,70 dan signifikannya 0,000 lebih kecil dari 0,05.

**Implikasi Hasil Penelitian****Implikasi Praktis**

- a) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi pertimbangan dalam memperoleh sebuah kepuasan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan agar bisa mendapat pelanggan yang setia sehingga UD. Depo Pagerwojo layak untuk dijadikan prioritas dalam pembelian barang bangunan.
- b) Dari indikator-indikator penelitian dapat ketahui bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga produk yang dijual dan pelayanan yang prima serta kepercayaan yang

telah diberikan pelanggan mampu menciptakan kepuasan pelanggan terhadap UD. Depo Pagerwojo.

### **Implikasi Akademis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya serta referensi perusahaan yang diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Setelah dilakukannya penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hasil dari penelitian ini bahwa :

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Depo Pagerwojo. Dalam artian jika suatu produk yang dijual itu bagus, sesuai, dan lengkap, secara otomatis pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang karena merasa produk yang ditawarkan sesuai dengan dibutuhkan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Depo Pagerwojo. Karena pelayanan yang diberikan semakin hari semakin baik dan prima/professional kepada pelanggan, maka pelanggan akan

merasa puas sehingga secara otomatis akan terbentuk sebuah rasa kepuasan terhadap UD. Depo Pagerwojo.

3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Depo Pagerwojo. Kepercayaan pelanggan muncul dari berbagai faktor diantaranya produk yang dijual memiliki kualitas yang baik serta pelayanan yang diberikan UD. Depo Pagerwojo baik sehingga timbul kepercayaan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan bangunan.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD.
5. Depo Pagerwojo. Dapat disimpulkan bahwa elemen dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan. Sehingga semakin baik kualitas produk yang dijual, semakin prima pelayanan yang diberikan serta kepercayaan yang tinggi maka semakin naik pula kepuasan pelanggan dan pendapatan UD. Depo Pagerwojo.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Yang

pertama bagi perusahaan perlu mengevaluasi secara berkala untuk mengetahui apakah kualitas produk yang dijual dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Selanjutnya peningkatan kualitas pelayanan harus semakin baik sehingga tidak akan terulang lagi adanya penurunan pendapatan perusahaan akibat kualitas pelayanan yang kurang baik. Kemudian menjaga kepercayaan yang sudah diberikan oleh pelanggan baik dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan lain-lain.

Dan yang kedua adalah bagi penelitian selanjutnya, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam rangka perbaikan penelitian. Serta diharapkan untuk menggunakan perusahaan lain sebagai objek penelitian dan dapat memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsimi. 2006. P. P. J. R. P., & Kusyati. (2015). Jurnal Stomatitis. *Jurnal Eduhealth*.

Aditya rista bayu. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan.

Alviska amalia reva. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Klinik Erha di Malang).

Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Travel Umroh Dan Haji Di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*.

Dahlia, Mulyadi & Wibowo. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tiki cabang utama Samarinda.

Diza & Ogi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. FIFGROUP Cabang Manado).

Ghozali, I. (2006). Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. In *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.

Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. In *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.

Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). Customer Satisfaction And Retention: The Experiences Of Individual Employees. *Managing Service Quality: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/09604520410513668>

Hasibuan, M. S. P. (2011).

Manajemen Sumber Daya Manusia. *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara.*

Jefry F.T. Bailia, Agus Supandi Soegoto, & Sjendry Serulo R. Loindong. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA.*

Khairusy & Febriani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada KFC Store Merdeka Bandung).

Kotler & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran.*