

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SECONDARYSHOE DI MEDAN

LISA LUTFIYAH NASUTION, RAMADHAN, HERNAWATY LUBIS

Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

Abstract: *This study plans to decide whether the nature of the goods and the administration at the same time affect the fulfillment of buyers at a Secondary Shoe Store in Medan. The information inspection procedure used is a quantitative introduction technique with the help of the SPSS program. This study used different straight recurrences. Exploratory test as many as 83 respondents. Lots of important information using polls. The results showed that the quality of goods to a certain degree affect the fulfillment of shoppers at the Secondary Shoe Store in Medan. Administration to some extent affects consumer loyalty at the Secondary Shoe Store in Medan. The nature of goods and administration at the same time affect the fulfillment of shoppers at the Secondary Shoe Store in Medan*

Keywords: *Product Quality, Service and Satisfaction.*

Abstrak: Studi ini berencana untuk memutuskan apakah sifat barang dan administrasi pada saat yang sama mempengaruhi pemenuhan pembeli di Toko Sepatu Sekunder di Medan. Prosedur pemeriksaan informasi yang digunakan adalah teknik kuantitatif pengenalan dengan bantuan program SPSS. Penelitian ini menggunakan kekambuhan lurus yang berbeda. Uji eksplorasi sebanyak 83 responden. Berbagai macam informasi penting menggunakan jajak pendapat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas barang sampai tingkat tertentu mempengaruhi pemenuhan pembeli di Toko Sepatu Sekunder di Medan. Administrasi sampai batas tertentu mempengaruhi loyalitas konsumen di Toko Sepatu Sekunder di Medan. Sifat barang dan administrasi sekaligus mempengaruhi pemenuhan pembeli di Toko Sepatu Sekunder di Medan

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan dan Kepuasan.

A. Pendahuluan.

Saat ini, sebuah organisasi, baik besar atau kecil, membutuhkan dan memiliki prosedur untuk menyaingi para pesaingnya. Organisasi yang baik juga harus memiliki administrasi yang baik. Pembicaraan tentang administrasi tentunya tidak dapat dipisahkan dari berbagai variabel SDM yang baik dan tentunya dapat menghadirkan pameran yang layak dan dapat saling menopang untuk membantu kelangsungan bisnis organisasi. Latihan periklanan adalah bagian utama bagi organisasi untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, khususnya sifat barang dan administrasi. Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler (2018), setiap organisasi berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli melalui barang yang ditawarkan, sementara pembeli mencari keunggulan tertentu yang ada pada suatu barang. Pembeli melihat setiap barang sebagai bermacam-macam atribut atau atribut tertentu yang tercermin dari sifat barang yang ditambahkan pada suatu barang sehingga akan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan pelanggan. Seperti yang ditunjukkan oleh Holmes (2018: 67), bantuan yang baik dan memuaskan menyebabkan pembeli merasa senang dan puas sehingga mereka merasakan barang yang baik, dan mereka perlu kembali menggunakan barang tersebut, sehingga sifat administrasi mempengaruhi kepuasan.

Ditinjau dari pra-review, cenderung terlihat bahwa terjadi penurunan transaksi Toko Sepatu Sekunder di Medan pada tahun 2019 sebesar Rp319.033.000 dan pada tahun 2020 sebesar Rp114.298.000. Penurunan ini menunjukkan bahwa berbagai pembeli kecewa dengan barang-barang Toko Sepatu Sekunder di Medan dan situasi pandemi Coronavirus saat ini yang membuat semua organisasi di Indonesia berdampak buruk terhadap pembayaran, khususnya di Toko Sepatu Sekunder di Medan. Mengingat konsekuensi dari wawancara awal dengan pembeli, dimana sifat barang tidak sesuai keinginan dan asumsi pembeli. Lambatnya bantuan yang diberikan oleh Toko Sepatu Sekunder di Medan pada jam minta.

Berdasarkan penggambaran pondasi tersebut, para ahli merumuskan masalah pemeriksaan sebagai berikut: Apakah kualitas barang agak mempengaruhi kepuasan pembeli di Toko Sepatu Sekunder di Medan? Apakah bantuan tersebut sampai batas tertentu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Toko Sepatu Sekunder di Medan? Apakah sifat barang dan administrasi selama ini mempengaruhi pemenuhan pembeli di Toko Sepatu Sekunder Medan?

B. Metodologi Penelitian

Pemeriksaan ini merupakan semacam eksplorasi kuantitatif dengan metodologi kooperatif. Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono (2010:6) pemeriksaan kooperatif kausal adalah penelitian yang diharapkan dapat mengungkap masalah kausal antara setidaknya dua faktor. Eksplorasi ini diarahkan ke Toko Sepatu Sekunder di Medan. Contoh dalam peninjauan ini adalah pelanggan toko sepatu pembantu di Medan sebanyak 83 responden. Informasi penting diperoleh dengan memanfaatkan daftar survei.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Regresi Linier Berganda

Berbagai kekambuhan langsung bermaksud untuk memastikan dampak dari setidaknya dua faktor bebas pada satu variabel lingkungan dan memperkirakan variabel terikat menggunakan setidaknya dua faktor otonom. Berbagai persamaan pemeriksaan relaps adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.050	.865		-.057	.954		
	Kualitas Produk	.410	.061	.386	6.776	.000	.273	3.660
	Pelayanan	.579	.054	.614	10.785	.000	.273	3.660

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.0

Dilihat dari tabel, diperoleh berbagai kekambuhan lurus sebagai berikut $Y = -0,050 + 0,410 X_1 + 0,579 X_2 + e$. Pengertian dari berbagai kondisi kekambuhan langsung adalah: 1) Jika segala sesuatu pada faktor otonom dianggap tidak ada, nilai

Pemenuhan Pelanggan (Y) adalah - 0,050; 2) Jika terjadi peningkatan Item Quality sebesar 1, Shopper Fulfillment (Y) akan bertambah sebesar 0.410; dan 3) Jika terjadi penambahan Assist sebesar 1, Customer Fulfillment (Y) akan bertambah sebesar 0.579.

2. Uji Coba Kebaikan (Test Integrity Of Fit)

Kritis Sinkron (Uji F). Uji F (uji sinkron) diarahkan untuk sekaligus melihat pengaruh variabel otonom terhadap variabel terikat. Strategi yang digunakan adalah dengan melihat derajat besarnya (= 0,05). Jika harga kepentingan di bawah 0,05, H0 ditolak dan Ha diakui.

**Uji Simultan
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1610.882	2	805.441	524.902	.000
Residual	122.757	80	1.534		
Total	1733.639	82			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.0

Dilihat dari tabel di atas cenderung terlihat bahwa Fhitung adalah 524.902 sedangkan Ftabel adalah 3.11 yang seharusnya terlihat pada = 0,05 (lihat tabel sambungan F). Kemungkinan besar lebih kecil dari 0,05, tepatnya 0,000 < 0,05, sehingga model kekambuhan dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini Kualitas Barang dan Administrasi secara bersamaan mempengaruhi Pemenuhan Pembeli. Kemudian, pada titik itu, teori masa lalu adalah Mengakui Ha (menolak H0) atau spekulasi diakui.

Uji Signifikan Parsial (Uji t). Uji Parsial (t) menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individual menerangkan variasi pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%.

**Uji Parsial
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.050	.865		-.057	.954		
	Kualitas Produk	.410	.061	.386	6.776	.000	.273	3.660
	Pelayanan	.579	.054	.614	10.785	.000	.273	3.660

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.0

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa:

1) Dampak Kualitas Barang terhadap Pemenuhan Pembeli.

Pengujian besar dengan ukuran dinamis:

Ha diakui dan H0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig. t <$

Ha ditolak dan H0 diakui, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig. t >$

t_{hitung} 6,776 sedangkan t_{tabel} 1,664 dan kritis 0,000, sehingga t_{hitung} 6,776 $>$ t_{tabel} 1,664 dan besar $0,000 < 0,05$, maka pada saat itu Ha diakui dan H0 ditolak, yang menyatakan bahwa Kualitas Barang mempengaruhi Pemenuhan Pembeli.

2) Dampak Administrasi Terhadap Pemenuhan Pembeli.

Pengujian besar dengan ukuran dinamis:

Ha diakui dan H0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig. t <$

Ha ditolak dan H0 diakui, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig. t >$

t_{hitung} 10,785 sedangkan t_{tabel} 1,664 dan kritis 0,000, jadi t_{hitung} 10,785 $>$ t_{tabel} 1,664 dan besar $0,000 < 0,05$, maka pada saat itu Ha diakui dan H0 ditolak, yang menyatakan bahwa bantuan mempengaruhi pemenuhan pembelanja.

Koefisien Determinasi. Analisa koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964	.929	.927	1.23873

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.0

Berdasarkan tabel di atas, cenderung terlihat bahwa angka Changed R Square adalah 0,927 yang dapat dikenal sebagai koefisien jaminan yang untuk situasi ini menyiratkan 92,7% dari loyalitas konsumen dapat diperoleh dan dimaknai oleh sifat barang dan administrasi. Sedangkan kelebihan 100 persen - 92,7% = 7,3% disebabkan oleh berbagai elemen atau faktor di luar model, misalnya kompensasi, area, biaya, gambaran merek, dan lain-lain.

Dampak Kualitas Barang Terhadap Loyalitas Konsumen Pekerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} 6,776 $>$ t_{tabel} 1,664 dan besar $0,000 < 0,05$, maka Ha diakui dan H0 ditolak, yang menyatakan bahwa kualitas barang mempengaruhi kepuasan pembeli.

Dampak Administrasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pekerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} 10,785 $>$ t_{tabel} 1,664 dan besar $0,000 < 0,05$, maka Ha diakui dan H0 ditolak, yang menyatakan bahwa bantuan mempengaruhi pemenuhan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Barang dan Administrasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pekerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah 524,902 sedangkan F_{tabel} adalah 3,11 yang seharusnya terlihat pada $\alpha = 0,05$ (lihat tabel sambungan F). Kemungkinan kritis jauh lebih kecil dari 0,05, misalnya $0,000 < 0,05$, sehingga model kekambuhan dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini sifat barang dan administrasi pada saat yang sama secara bermakna mempengaruhi pemenuhan pembeli. Kemudian, pada saat itu, spekulasi masa lalu adalah Mengakui Ha (menolak H0) atau teori diakui.

D. Penutup

Mengingat efek samping dari eksplorasi yang diarahkan oleh pencipta, pencipta dapat mencapai beberapa kesimpulan. Kualitas barang agak berpengaruh terhadap pemenuhan pelanggan di Toko Sepatu Sekunder di Medan. Administrasi agak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Toko Sepatu Sekunder Kota Medan. Sifat barang dan administrasi pada saat yang sama sangat mempengaruhi pemenuhan pembeli di Toko Sepatu Sekunder di Medan.

Daftar Pustaka

- Afina. (2018). Pengaruh Kualitas Barang terhadap Loyalitas Konsumen.
- Alma. B. (2019). Periklanan Para eksekutif dan Administrasi Mempromosikan. Bandung: Alfabeta.
- Doublert, B. (2017). Panduan Eksplorasi Perilaku Pembeli. Jakarta: Distributor Gramedia Pustaka.
- Holmes, M. (2018). Perpaduan Periklanan: Item, Nilai, Diseminasi dan Kemajuan. Amerika: Prentice Lobby Jersey College Press.
- Kotler, P. (2018). Periklanan Sudut Pandang Asia Papan. Buku Dua. Rilis Pertama. Pencetakan Pertama. Yogyakarta. Salemba Empat.
- Laksana, F. (2018). Periklanan Para eksekutif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lorenzo, P. (2017). Mengawasi Perilaku Klien. New York: Didistribusikan oleh McGraw Slope Book Organization.
- Lucas, D. B., dan Britt, S. H. 2017. Memperkirakan Kelayakan Publikasi. New York: McGraw-Slope.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2019. Administrasi Periklanan Para pelaksana: Hipotesis dan Praktik. Jakarta: Empat Salemba
- Muller, H. (2018). Perilaku Klien dalam Eksplorasi Periklanan. New Jersey: Prentice Lobby Inc.
- Petrus, J.Paul. 2019. Perilaku Pelanggan: Perilaku Pembeli dan Sistem Pertunjukan. Jakarta : Erlangga.
- Rufliansah, Fahmi Firdaus. (2020). Pengaruh Biaya dan Kualitas Barang terhadap Pemenuhan Pelanggan (Konsentrasi pada Pembeli Rainbow Inventive Semarang).
- Setia, Ria. (2018). Pengaruh Biaya dan Kualitas Administrasi Terhadap Pemenuhan Pembeli Pada Lfamart JL. Kabag Hukum Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri.
- Setiadi, N.J. (2017). Perilaku Pembeli dan Saran untuk Prosedur dan Eksplorasi Periklanan, Pencetakan Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Stephen, S. (2018). Pembelanja yang Terpisah Dalam Pertunjukan Bantuan. Versi kesepuluh, Prentice Corridor, Ohio College Press.
- Sugiyono. 2019. Teknik Eksplorasi Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2019. Mempromosikan Dewan. Yogyakarta: UST Press.
- Tjiptono, F. 2017. Sudut pandang Administrasi dan Promosi Kontemporer. Yogyakarta: ANDI.
- Yunki, B. (2018). Lomba Gambar di Panggung Indonesia. Top Marking 2008. Mengawasi Kaki Tangan The Jakarta ConsultingGroup. Majalah Periklanan.