

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BATAM AUTO TEKNIKARYA

Michael<sup>1</sup>, Winda Evyanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

e-mail: pb180910167@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*Batam City is experiencing an increase in the metal industry economy. The government pays attention to companies operating in the metal sector, because the metal industry can contribute to the national economy. The metal industry is quite competitive, so there is a need for SNI standards to ensure that the products produced are of good and reliable quality. In the city of Batam there is a company called PT Batam Auto Teknikarya which is engaged in metal fabrication such as materials derived from fabrication such as carbon plate, stainless, aluminum, pipe, and other types of metal. At PT Batam Auto Teknikarya, consumers in the company experienced a fairly large decline and occurred every month since the beginning of 2021. This provides an overview and signs for the company where there are problems within the company so that consumers feel dissatisfied and do not make transactions return. Consumer satisfaction decreased due to various factors such as product quality that did not match expectations and service quality that was less communicative. Consumers do not make transactions again resulting in sales to the company also decreased. The population taken by the researcher is all consumers at PT Batam Auto Teknikarya totaling 137 consumers and the sample technique of this research is the saturated sample. Based on the test results, it is stated that simultaneously product quality and service quality have a positive and significant influence on consumer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction*

---

## PENDAHULUAN

Peluang usaha pada pasar persaingan semakin kecil, sehingga perlu adanya suatu strategi pemasaran yang baik untuk bertahan hidup dipasar persaingan. Dalam pasar persaingan, kita perlu mengetahui apa kebutuhan konsumen, apa keinginannya dan apa tuntutanannya sehingga bisa membuat konsumen merasa puas telah melakukan transaksi pada perusahaan. Dalam memenuhi kebutuhan dan kemauankonsumen ditentukan oleh adanya tingkat kepuasan konsumen. Dengan adanya kepuasan konsumen yang maksimal maka perusahaan dapat bertahan hidup dipasar persaingan.

Pada Kota Batam sedang mengalami peningkatan pada perekonomian industri logam. Pemerintah memberikan

perhatian pada perusahaan yang bergerak bidang logam, karena industri logam bisa memberikan kontribusi pada perekonomian nasional. Industri logam cukup bersaing sehingga perlu adanya standar SNI untuk memastikan produk yang diproduksi memiliki kualitas yang baik dan terpercaya. Pada kota Batam terdapat perusahaan yang bernama PT Batam Auto Teknikarya yang menjual segala produk yang berbahan logam. Perusahaan tersebut dikenal sebagai pabrik logam atau pengolahan logam menjadi barang lainnya dapat berupa plat carboon, steinless, aluminium, pipa, dan jenis logam lainnya.

Produk yang diproduksi perlu memperhatikan kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan yang ada pada suatu produk untuk memberikan suatu gambaran, apa saja

fungsi yang dimiliki baik itu berupa daya tahan, jaminan, kemudahan, asuransi dan ketepatan waktu yang dijanjikan (Arifki & Nurtjahjani, 2018). Pada tabel di

bawah dapat dilihat jumlah penjualan dan konsumen yang ada pada PT Batam Auto Teknikarya.

**Tabel 1.** Jumlah Penjualan Pada PT Batam Auto Teknikarya

Bulan	Jumlah Penjualan
Juli 2020	1510
Agustus 2020	1518
September 2020	1530
Oktober 2020	1633
November 2020	1698
Desember 2020	1705
Januari 2021	1699
Febuari 2021	1687
Maret 2021	1653
April 2021	1490
Mei 2021	1368
Juni 2021	1215

Sumber: PT Batam Auto Teknikarya

Tabel di atas mendapatkan penjelasan di mana penjualan mengalami penurunan sejak Januari 2021 dan terus berlanjut hingga Juni 2021. Kualitas produk pada suatu perusahaan dapat dinilai dari kinerja dan daya tahan produk tersebut. Pada PT Batam Auto Teknikarya sering mendapatkan keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk yang dibeli. Masalah yang sering terjadi kurangnya daya tahan pada produk yang di jual sehingga meragukan konsumen atas kualitas produk yang ada pada perusahaan, kurangnya kesesuaian pada produk apabila dilakukan perbandingan pada spesifikasi yang dijanjikan serta kurangnya kualitas produk dalam segi bahan sehingga memberikan kesan buruk pada kualitas produk. Hal tersebut membawa efek samping pada perusahaan karena jumlah penjualan yang terus mengalami penurunan sehingga perusahaan berpotensi kerugian apabila tidak dilakukan penindakan atas masalah yang ada.

Pada bulan Mei 2021 mengalami persentasi tertinggi dibandingkan bulan sebelumnya, persentasi yang dimiliki mencapai hasil 10% apabila dibandingkan dengan jumlah konsumen yang dimiliki pada bulan tersebut. Pada bulan-bulan lainnya mengalami jumlah

komplain yang cukup besar. Pada perusahaan terkadang pelayanan yang diberikan kurang maksimal di mana perusahaan sering mengalami kesalahan dalam mendeskripsikan dan menanggapi kemauan konsumen. Hal tersebut bisa di lihat dari keluhan konsumen mengenai kurangnya pelayanan kepada konsumen berupa *customer service* yang kurang mampu menangani masalah yang dihadapi konsumen sehingga mengakibatkan adanya konflik antara perusahaan dan konsumen dan kurangnya komunikasi atas waktu pengantaran barang dan penagihan tagihan sehingga mengakibatkan beberapa konsumen kurang nyaman atas tindakan yang dijalankan.

Pada PT Batam Auto Teknikarya, konsumen yang ada pada perusahaan mengalami penurunan yang cukup besar dan terjadi setiap bulannya sejak awal tahun 2021. Hal tersebut memberikan gambaran dan tanda-tanda bagi perusahaan di mana adanya masalah dalam perusahaan sehingga konsumen merasa tidak puas dan tidak melakukan transaksi kembali. Kepuasan konsumen menurun dikarenakan berbagai faktor seperti kualitas produk yang kurang sesuai harapan dan kualitas pelayanan yang kurang komunikatif. Konsumen tidak melakukan transaksi kembali mengakibatkan penjualan pada

perusahaan juga mengalami penurunan yang dapat dilihat pada tabel di atas.

Masalah yang telah dibahas meningkatkan keinginan penulis untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Batam Auto Teknikarya” sebagai judul penelitian yang akan di jalankan ini.

Adapun tujuan dengan melakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya.

## **KAJIAN TEORI**

### **2.1 Kualitas produk**

Kualitas produk adalah gabungan dari ciri khas yang ada dalam produk sehingga mampu menarik ketertarikan konsumen untuk menggunakannya dan tentu produk yang digunakan tersebut mampu memenuhi keinginan konsumen. Ciri khas yang dimiliki produk dapat diukur melalui keunggulan produk seperti daya tahan yang lebih kuat dan keuntungan lainnya (Hayani, 2021:88).

### **2.2 Kualitas Pelayanan**

Pengukuran yang terjadi pada suatu perusahaan dengan melakukan penilaian dalam layanan yang diberikan kepada konsumen, yang kemudian membuat konsumen senang atas pelayanan yang diberikan dikenal sebagai kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan perlu diberikan perhatian melalui komunikasi yang baik sehingga dapat mengetahui apa yang sebenarnya pelanggan inginkan sehingga pihak perusahaan mampu mencapai kepuasan konsumen (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018:79).

### **2.3 Kepuasan Konsumen**

Perasaan yang ada dalam diri konsumen seperti perasaan kecewa dan senang saat menggunakan produk perusahaan dikenal sebagai pengukuran dalam kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan merasa senang dan sebaliknya juga konsumen tidak puas maka akan kecewa. Perasaan tersebut dapat diketahui melalui penggunaan produk yang dilakukan konsumen, biasanya konsumen akan melakukan perbandingan pada produk sejenis yang digunakan dari perusahaan berbeda kemudian terciptanya kesan baik atau buruk. Apabila produk yang digunakan memiliki kesan baik berarti perusahaan memiliki produk dan layanan yang baik. Sedangkan kesan buruk berarti konsumen tidak puas atas produk ataupun pelayanan yang digunakan (Gery, 2018:95).

### **2.4 Penelitian Terdahulu**

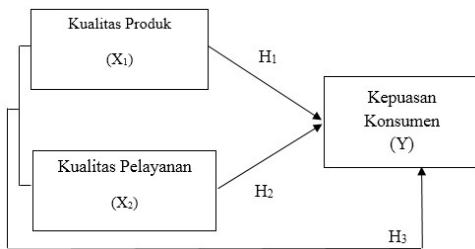
(Albari, 2019) melakukan penelitian pada Ayam Goreng Bu Zuni. Variabel yang diteliti terdiri dari kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian yang dijalankan menggunakan regresi berganda. Penelitian memiliki hasil bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki hubungan

(Satria, 2021) melakukan penelitian pada PDAM Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung Kota Sungai Penuh. Variabel yang diteliti terdiri dari kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian yang dijalankan menggunakan regresi berganda. Penelitian memiliki hasil bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki hubungan

### **2.5 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen



**Gambar 1.** Kerangka Berpikir

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Terdapat hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian yang dijalankan yaitu:

H<sub>1</sub>: Diduga kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H<sub>2</sub>: Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H<sub>3</sub>: Diduga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang dijalankan dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Metode tersebut dikenal sebagai metode yang sering digunakan pada penelitian yang bersifat melakukan pengukuran data yang dimiliki. Data yang dimiliki dapat melalui beberapa cara seperti pembagian kuesioner, data sekunder dan lainnya. Penelitian perlu menetapkan populasi penelitian dan sampel penelitian agar penelitian dapat berjalan jelas sesuai yang diharapkan (Radjab & Jaman, 2017:111). Penelitian yang dijalankan memiliki variabel dependennya terdiri dari kepuasan konsumen. Independennya yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Studi yang dijalankan ini memiliki desain kausalitas. Desain penelitian :

adalah kerangka atau model yang digunakan dalam membuat penelitian (Radjab & Jaman, 2017:86). Desain kausalitas adalah desain yang terpilih untuk memberikan bukti sebab akibat yang terjadi pada variabel yang dilakukan pengujian.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Suatu penelitian dapat di jalan tentunya perlu memiliki populasi. Populasi dikenal sebagai objek yang terpilih dalam penelitian, objek tersebut tentunya memiliki karakteristik dan kualitas tersendiri yang kemudian digunakan penulis sebagai objek penelitian (Sugiyono, 2016:80). Populasi yang ada yaitu 137 konsumen yang dikenal sebagai seluruh konsumen dalam PT Batam Auto Teknikarya. Konsumen tersebut diketahui melalui pencatatan perusahaan terakhir yang tercatat pada Juni 2021. Jumlah konsumen yang berjumlah 137 konsumen, tidak termasuk banyak sehingga penulis menggunakan teknik sampel jenuh yaitu menggunakan seluruh jumlah konsumen yang tercatat dalam populasi.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2016:137) menyatakan teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data yaitu melalui wawancara, observasi lapangan, pembagian kuesioner dan lainnya. Penelitian yang dijalankan menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala *likert* berupa pengukuran sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsumen yang tercatat memiliki 137 konsumen. Pengukuran menggunakan SPSS 25. Pengujian memiliki hasil yang bisa diketahui dalam tabel 2:

#### 4.1 Uji Validitas

**Tabel 2.** Uji Validitas Variabel Kualitas Produk( $X_1$ )

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	PT Batam Auto Teknikarya menjual produk yang bagus ( $X_{1.1}$ )	0,884		Valid
2	Produk yang dijual oleh PT Batam Auto Teknikarya memiliki daya tahan yang baik ( $X_{1.2}$ )	0,913		Valid
3	Produk yang dijual oleh PT Batam Auto Teknikarya memiliki spesifikasi yang sesuai dengan yang dijanjikan ( $X_{1.3}$ )	0,877		Valid
4	Produk yang dijual oleh PT Batam Auto Teknikarya memiliki penampilan yang menarik ( $X_{1.4}$ )	0,909	0,3610	Valid
5	Produk yang dijual oleh PT Batam Auto Teknikarya memiliki kualitas yang baik ( $X_{1.5}$ )	0,932		Valid
6	Produk yang dijual oleh PT Batam Auto Teknikarya memberikan kemudahan dalam mereparasi ( $X_{1.6}$ )	0,858		Valid

Sumber:SPSS 25, 2021

**Tabel 3.** Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan( $X_2$ )

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	PT Batam Auto Teknikarya memberikan kenyamanan saat anda melakukan transaksi ( $X_{2.1}$ )	0,907		Valid
2	PT Batam Auto Teknikarya menepati semua janji yang telah dijanjikan ( $X_{2.2}$ )	0,950		Valid
3	PT Batam Auto Teknikarya memberikan pelayanan sepenuh dengan sikap yang baik ( $X_{2.3}$ )	0,939	0,3610	Valid
4	PT Batam Auto Teknikarya mampu menyelesaikan masalah saat memiliki permasalahan ( $X_{2.4}$ )	0,888		Valid
5	PT Batam Auto Teknikarya memiliki kebijakan pelayanan yang baik ( $X_{2.5}$ )	0,896		Valid

Sumber: SPSS 25, 2021

**Tabel 4.** Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen( $Y$ )

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Anda merasa puas atas kinerja PT Batam Auto Teknikarya ( $Y_1$ )	0.906		Valid
2	Anda merasa puas atas harga jual yang diberikan PT Batam Auto Teknikarya ( $Y_2$ )	0.936	0,3610	Valid
3	Anda memiliki harapan bagi PT Batam Auto Teknikarya untuk menjadi perusahaan yang lebih baik ( $Y_3$ )	0.935		Valid

Sumber:SPSS 25, 2021

Dari beberapa tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh uji validitas pada setiap variabel independen valid terhadap variabel dependen karena tabel  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,361.

## 4.2 Uji Realibilitas

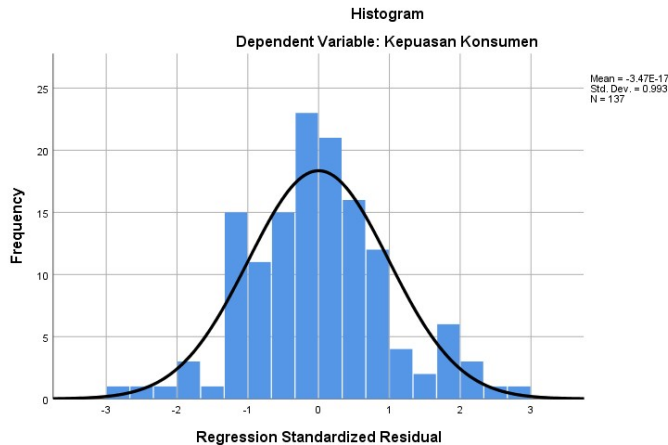
**Tabel 5.** Uji Realibilitas

Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,950	Realibel
Kualitas Pelayanan	0,951	Realibel
Kepuasan Konsumen	0,915	Realibel

Sumber: SPSS 25, 2021

Penelitian memiliki hasil realibel simpulan setiap variabel pernyataan karena nilai perhitungan yang dimiliki dinyatakan realibel. lebih tinggi dari 0,08 sehingga ditarik

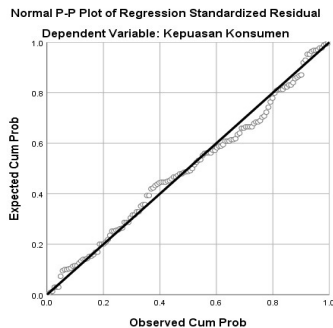
## 4.3 Uji Normalitas



**Gambar 2.** Uji Normalitas

Histogram diatas dikenal sebagai uji histogram. Gambar tersebut memiliki data normal karena kurva berbentuk lekukan lonceng, hasil tersebut terpenuhi persyaratan kenormalan data pada uji

histogram. Untuk memberikan keyakinan, maka penulis melakukan pengujian lain yaitu pengujian dibawah ini yang dikenal sebagai uji pp-plot.



**Gambar 3.** Uji Normalitas

Hasil diatas dinyatakan data normal karena titik-titik yang ada menyebar

mendekati garis diagonal sehingga dikatakan normal sesuai dengan

persyaratan kenormalan data pada uji PP-Plot. Untuk memberikan keyakinan lebih, maka penulis melakukan pengujian

lain yaitu pengujian dibawah ini yang dikenal sebagai uji *Kolmogorov-sminov*.

**Tabel 6.** Uji *Kolmogorov – Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber:SPSS 25, 2021

Hasil di atas dinyatakan data normal karena nilai lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200. Penelitian dikatakan normal pada uji ini apabila hasil yang dimiliki lebih

besar dari 0,05 berarti sudah terpenuhi persyaratan yang ada sehingga data normal.

#### 4.4 Uji Multikolinearitas

**Tabel 7.** Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	0,279	3,579
	Kualitas Pelayanan	0,279	3,579

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber:SPSS 25, 2021

Tabel pengujian multikolinearitas yang ada menyatakan bahwa nilai tolerance variabel kualitas produk dan Kualitas Pelayanan memiliki hasil 0,279 dan

angka VIF menunjukkan 3,579. Hasil tersebut bisa dikatakan bahwa tidak mengalami multikolinearitas.

#### 4.5 Uji Heterokedastisitas

**Tabel 8.** Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.158	.361		3.211	.002
	Kualitas Produk	.026	.029	.145	.890	.375
	Kualitas Pelayanan	-.027	.033	-.130	-.799	.425

Sumber:SPSS 25, 2021

Kedua tidak mengalami gejala heteroskedastisitas karena pengujian diatas menyatakan bahwa setiap

variabel kualitas produk memiliki signifikan sebesar 0,375 dan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,425.

#### 4.6 Uji Pengaruh

**Tabel 9.** Uji Koefisien Regresi

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	.876	.559		1.569	.119
1	Kualitas Produk	.113	.045	.213	2.496	.014
	Kualitas Pelayanan	.401	.052	.664	7.769	.000

Sumber:SPSS 25, 2021

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana,

$$Y = 0,876 + 0,113X_1 + 0,401X_2$$

Keterangan.

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Nilai koefisien regresi

1. Konstanta bernilai 0,876 artinya jika Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) nilainya nol, maka Kepuasan Konsumen (Y) yakni 0,876.

2. Kualitas Produk bernilai 0,113 artinya bila Kualitas Produk bertambah 1% maka Kepuasan Konsumen juga bertambah 0,113. Semakin tinggi penambahan Kualitas Produk maka bisa meningkatkan Kepuasan Konsumen.

3. Kualitas Pelayanan bernilai 0,401 artinya bila Kualitas Pelayanan bertambah 1% maka Kepuasan Konsumen juga bertambah 0,401. Semakin tinggi penambahan Kualitas Pelayanan maka bisa meningkatkan Kepuasan Konsumen.

**Tabel 10.** Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.852 <sup>a</sup>	.727	.722

Sumber:SPSS 25, 2021

R<sup>2</sup> yang dimiliki pada penelitian ini sebesar 0,727. Hasil tersebut menjelaskan kepuasan Konsumen dijelaskan oleh variabel kualitas produk

dan kualitas pelayanan sebesar 72,7% dan 27,3% yang dijadikan sebagai sisanya yaitu variabel selain kedua variabel di atas.

#### 4.7 Uji Hipotesis

**Tabel 11.** Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.876	.559		1.569	.119
1	Kualitas Produk	.113	.045	.213	2.496	.014
	Kualitas Pelayanan	.401	.052	.664	7.769	.000

Sumber:SPSS 25, 2021

Uji yang ada pada tabel 11 dapat menarik kesimpulan bahwa kualitas produk secara parsial memiliki hubungan pada kepuasan konsumen. Bukti diketahui melalui sig lebih kecil dari 0,05. Penelitian memiliki hubungan signifikan

apabila lebih rendah dari 0,05. Hubungan positif diketahui melalui  $t_{hitung} 2,496 > t_{tabel} 1,978$ .

Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Bukti



diketahui melalui sig lebih kecil dari 0,05. Penelitian memiliki hubungan signifikan apabila lebih rendah dari 0,05.

Hubungan positif diketahui melalui  $t_{hitung}$  7,769 >  $t_{tabel}$  1,978.

**Tabel 12. Uji F**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>	
F	Sig.
178.020	0,000 <sup>b</sup>

Sumber:SPSS 25, 2021

Uji yang ada pada tabel 12 dapat menarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki hubungan pada kepuasan konsumen. Bukti diketahui melalui sig lebih kecil dari 0,05. Penelitian memiliki hubungan signifikan apabila lebih rendah dari 0,05. Hubungan positif diketahui melalui  $F_{hitung}$  178.020 > nilai  $F_{tabel}$  3,06.

dan sisanya 27,3% diluar variabelnya yang lain yang tak diteliti.

### **SIMPULAN**

Simpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya. Kualitas Produk dengan sig 0,014 < 0,05, berarti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan  $t_{hitung}$  2,496 >  $t_{tabel}$  1,978. Kesimpulannya  $H_1$  diterima.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya. Kualitas Pelayanan dengan sig 0,000 < 0,05, berarti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan  $t_{hitung}$  7,769 >  $t_{tabel}$  1,978. Kesimpulannya  $H_2$  diterima.
3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan menonjol positif dengan substansial sebagai simultan tentang Kepuasan Konsumen pada PT Batam Auto Teknikarya karena nilai  $F_{hitung}$  178,020 >  $F_{tabel}$  3,06 dengan sig 0,000 < 0,05. Kesimpulannya  $H_3$  diterima.
4.  $R^2$ nya ialah 0,727 dengan artinya kepuasan konsumen konsumen dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan terdapat 72,7%

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Albari, A. K. (2019). Impact of Service Quality, Product Quality and Price on Customer Satisfaction and loyalty. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(4), 49–64. <http://118.97.187.12/pustaka/files/17726/jurnal/the-impact-of-service-quality-product-quality-and-price-on-customer-satisfaction.pdf>
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Gery, M. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen the Aliga Hotel Padang. *Menara Ilmu*, 12(9), 92–102.
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kaizar Lahat. *Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 85–94.
- Radjab, E., & Jaman, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Cetakan Pe). Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah

Makassar.

- Satria, E. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pdam Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung Kota Sungai Penuh. *Jurnal Akrab Juara*, 6(1), 258–272. <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1388/1215>
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.