

# Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pepes Ikan Bu Ina di Desa Ciampea Udik Kabupaten Bogor

Mutmainnah<sup>1</sup>, Arif Siaha Widodo<sup>2</sup>, Ahmad Dimiyati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received May 8, 2025  
Revised May 17, 2025  
Accepted May 26, 2025

### Keywords:

Kualitas Produk  
Kualitas Pelayanan  
Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pepes Ikan Bu Ina di Desa Ciampea Udik Kabupaten Bogor baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling* menggunakan dengan sampel sebanyak 98 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 9,859 + 0,450X_1$ , nilai korelasi sebesar 0,563 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan koefisien determinasi sebesar 31,7%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,644 > 1,985)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 9,799 + 0,358X_2$  nilai korelasi sebesar 0,587 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan koefisien determinasi sebesar 34,4%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(7,096 > 1,985)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 4,322 + 0,305X_1 + 0,258X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,679 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 46,2% sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(40,315 > 2,700)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Pepes Ikan Bu Ina di Desa Ciampea Udik Kabupaten Bogor.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



### Corresponding Author:

Mutmainnah,  
Program Studi Manajemen Program Sarjana,  
Universitas Pamulang, Indonesia  
Jl. Surya Kencana No 1, Pamulang, Kota Tangerang Selatan  
Email: dosen01720@unpam.ac.id

## 1. PENDAHULUAN

Bagi seorang pembisnis atau pengusaha harus mampu berlomba-lomba untuk selalu mengupdate produknya. Dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen maka kita tidak bisa lepas dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di berikan.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

Menurut Kotler dan Amstrong (2019:283) menyatakan arti dari kualitas produk adalah "*The ability of a product to perform it's functions, it includes the product's overall durability, reability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*". Yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan duarabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Usaha kecil menengah pada bisnis pepes ikan sering sekali kita jumpai. Seolah bisnis ini adalah bisnis yang di minati banyak orang. Dan bisnis ini mudah di kembangkan menjadi bisnis yang panjang dan menguntungkan selama kita mampu membuat varian-varian yang menarik dan memiliki kualitas produk dan strategi yang baik.

Permintaan pepes ikan cukup tinggi, namun sebagai pelaku bisnis harus tetap memperhatikan kualitas produk pepes ikan yang di produksi. Sedangkan untuk bahan baku harus menggunakan bahan yang berkualitas.

Selain kualitas produk, yang harus di pikirkan adalah kemasan produk yang menarik untuk menguatkan minat pada konsumen pada produk yang di produksi. Karena biasanya hal pertama yang di lihat konsumen adalah tampilan luar atau kemasan produknya, selain kemasan produknya konsumen juga ingin merasakan manfaat dari pepes ikan yang di konsumsinya.

Berdasarkan uraian di atas maka dengan ini kami melakukan penelitian usaha pepes ikan yang telah di dirikan tahun 2017 oleh Ibu Ina.

Pepes Ikan Bu Ina merupakan salah satu produksi pepes ikan terbaik di Desa Ciampea Udik. Dimana setiap karyawan harus bisa meningkatkan dan menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan agar bisa menarik dan mempertahankan pelanggan atau konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan konsumen pepes ikan Bu Ina. Dari hasil try out ini dapat dilihat hampir sebagian besar responden, mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah faktor keandalan, bukti langsung, jaminan daya tanggap dan empati. Sedangkan menurut Menurut Kotler & Keller Setiawan, dkk (2018:30) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan". Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian populasinya adalah konsumen Gula Aren CV. Arenna di Tangerang berjumlah 4680 konsumen dan Sampel sejumlah 98 responden.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah: Uji Instrumen Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Deskriptif, Analisis Kuantitatif, Pengujian Hipotesis.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	4.322	2.169		1.992	.049
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	.305	.067	.381	4.541	.000
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	.258	.051	.422	5.023	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,322 + 0,305X_1 + 0,258X_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 4,322 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 4,322 point.

b. Nilai Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) 0,305 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,305 point.

c. Nilai Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) 0,258 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,258 point.

**Tabel 2.** Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	9.859	2.093		4.710	.000
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	.450	.068	.563	6.644	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (6,644 > 1,985) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

**Tabel 3.** Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	9.799	1.968		4.980	.000
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	.358	.050	.587	7.096	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,096 > 1,985). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Tabel 4.** Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.481	2	124.740	40.315	.000 <sup>b</sup>
	Residual	290.849	94	3.094		
	Total	540.330	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (40,315 > 2,700), hal ini juga diperkuat dengan p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pepes Ikan Bu Ina.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 9,859 + 0,450X_1$ , koefisien korelasi sebesar 0,563 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,317 atau sebesar 31,7% sedangkan sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (6,644 > 1,985). Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pepes Ikan Bu Ina.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 9,799 + 0,358X_2$ , koefisien korelasi sebesar 0,587 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,344 atau sebesar 34,4% sedangkan sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,096 > 1,985). Dengan demikian H0 ditolak dan H2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pepes Ikan Bu Ina.

### Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 4,322 + 0,305X_1 + 0,258X_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,679 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 46,2% sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (40,315 > 2,700). Dengan demikian H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pepes Ikan Bu Ina.

## 4. KESIMPULAN

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 9,859 + 0,450X_1$ , nilai korelasi sebesar 0,563 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan koefisien determinasi sebesar 31,7%. Uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (6,644 > 1,985). Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima artinya terdapat pengaruh

signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 9,799 + 0,358X_2$  nilai korelasi sebesar 0,587 artinya kedua memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan koefisien determinasi sebesar 34,4%. Uji hipotesis diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau ( $7,096 > 1,985$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 4,322 + 0,305X_1 + 0,258X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,679 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 46,2% sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau ( $40,315 > 2,700$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Pepes Ikan Bu Ina Desa Ciampea Udik Kabupaten Bogor.

## REFERENSI

- Amstrong, K. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, P. K. (2015). Dasar-dasar Pemasaran, Terjemahan, Edisi 3, Jilid 1. Jakarta: Intermedia.
- Arikunto, S. (2015). Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Baum, F. (2012). Kendali Mutu Terpadu (alih bahasa). Jakarta: Erlangga.
- Freeman, S. d. (2012). Manajemen. Surabaya: Gramedia.
- Ghozali. (2014). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2017). Analisis Multivariate dan Ekonometrika dengan Eviews. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guspul, A. (2014). Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hamdani, L. d. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Hamdani, L. d. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Handoko. (2016). Manajemen. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Istijanto. (2009). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. d. (2012). Marketing Management 14 th. Yogyakarta: Person Education.
- Keller, K. d. (2014). Principles of Marketing, 12th Edition. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. (2015). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta.
- Malhota. (2009). Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Manullang. (2015). Dasar-dasar Manajemen. Bandung: Cita Pustaka.
- Olson, J. P. (2016). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Salemba Empat.
- Sabran, B. (2012). Manajemen Pemasaran. Erlangga.
- Santoso, S. (2015). SPSS26 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Setiawan, K. K. (2016). Marketing Management. 15th Edition, Person Education, Inc.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Terry, G. (2011). Prinsip-prinsip Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran, ed 3,. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. ANDI OFFset.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4,. Andi.
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategi, Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Zeithamle. (2010). Service Marketing. New Delhi: McGraw Hill.