**ARTIKEL**

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO ROTI "YULIA BAKERY" KOTA KEDIRI

***The Effect Of Product Quality, Completeness Of Product And Service Quality To Customer Satisfaction "Yulia Bakery" Kota Kediri***

**Oleh:**

**ELSA LINTANG PERTIWI**

**13.1.02.02.0186**

**Dibimbing oleh :**

**1. Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc.**

**2. Basthoumi Muslih., S.Pd. M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**TAHUN 2017**

# SURAT PERNYATAAN
# ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : Elsa Lintang Pertiwi |
| NPM | : 13.1.02.02.0186 |
| Telepun/HP | : 085749580129 |
| Alamat Surel (Email) | : elsalintang4@gmail.com |
| Judul Artikel | : Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti "Yulia Bakery" Kota Kediri |
| Fakultas – Program Studi | : EKONOMI/ MANAJEMEN |
| Nama Perguruan Tinggi | : Universitas Nusantara PGRI Kota Kediri |
| Alamat Perguruan Tinggi | : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kota Kediri |

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri, 08 Agustus 2017 |
|---|---|---|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, |
| Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc.<br>NIDN. 0718048502 | Basthoumi Muslih, S.Pd. M.M<br>NIDN. 0701018607 | Elsa Lintang Pertiwi<br>13.1.02.02.0186 |

# PENGARUH KUALITAS PRODUK,KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO ROTI "YULIA BAKERY" KOTA KEDIRI

Elsa Lintang Pertiwi
13.1.02.02.0186
Ekonomi - Manajemen
elsalintang4@gmail.com

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Lilia Pasca Riani. M.Sc
Dosen Pembimbing 2 : Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi Pertumbuhan ekonomi saat ini tumbuh dengan pesat seiring bertambahnya jumlah penduduk. Selain itu setiap tahun pertumbuhan ekonomi meningkat sedikit demi sedikit. Pada tahun ini pertumbuhan ekonomi meningkat sebanyak 5,1% yang telah diprediksi oleh presiden RI. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Roti Yulia Bakery (2) Untuk menganalisis apakah variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Roti Yulia Bakery (3) Untuk menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Roti Yulia Bakery (4) Untuk menganalisis apakah pengaruh variabel kualitas produk, variabel kelengkapan produk dan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Roti Yulia Bakery.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik kausal. Populasi pada penelitian ini adalah 40 konsumen yang melakukan pembelian di toko roti "Yulia Bakery". Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode analisis linier berganda dengan *sofware SPSS for windows versi 20*. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas produk secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t-hitung -1.309 < 1.686 dan nilai sig. 0,0199 > 0,05 (2) kelengkapan produk secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t-hitung 1.335 < 1.686 dan nilai sig. 0,0190 > 0,05 (3) kualitas produk secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t-hitung 2.234 > 1.686 dan nilai sig. 0,032 < 0,05 (4) kualitas produk, kelengkapan produk, kualitas layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F-hitung 3.544 > 3.246 dan nilai sig. 0,024 > 0,05.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen**

## I. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi saat ini tumbuh dengan pesat seiring bertambahnya jumlah penduduk. Selain itu setiap tahun pertumbuhan ekonomi meningkat sedikit demi sedikit. Pada tahun ini pertumbuhan ekonomi meningkat sebanyak 5,1% yang telah diprediksi oleh presiden RI. Selain itu pebisnis sekarang ini banyak yang bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar. Sebagai pebisnis seseorang harus mempunyai keunggulan dari produk-produk yang akan di produksi.

Menurut Kotler (2008: 177) "kepuasan konsumen" adalah sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah orang tersebut membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapan konsumen puas akan produknya. Dari beberapa jurnal mengenai kepuasan konsumen selalu menghasilkan pengaruh positif terhadap kualitas produk, kelengkapan produk dan varian produk.

Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran bagi perusahaan modern. Perkembangan teknologi, dan peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan pebisnis melakukan pengembangan produk yang terus-menerus. Hanya ada dua pilihan dalam menciptakan kualitas produk yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasaran. Menurut Kotler (2008: 347) "Kualitas produk" merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsi yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Penelitian terdahulu oleh Nur (2013: 79) melakukan penelitian tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang". Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis pengaruh kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Dalam pembeliannya konsumen membutuhkan produk yang akan di beli oleh konsumen agar konsumen puas dengan produk harus memperhatikan kualitas produknya. Menurut Utami (2010: 162) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap toko. Penyediaaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya akan menarik minat konsumen tetapi dapat dapat mempengaruhi kepuasan konsumen saat berbelanja di sebuah toko roti khususnya. Penelitian terdahulu oleh Wahyu (2015: 13) melakukan penelitian tentang "Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". Hasil penelitian menunjukkan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kulitas layanan merupakan hal yang paling penting diperhatikan oleh pemilik toko karena dengan kualitas layanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Selain itu dengan adanya kualitas yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi pelanggan setia di toko tersebut. Menurut kotler dan keller (2012: 83) kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Penelitian terdahulu oleh Greifie (2015: 10) melakukan penelitian tentang "Analisis Kualita Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsume.

Toko roti Yulia Bakery ini mempunyai permasalahan yaitu masalah tentang kualitas produk, karena sekarang ini banyak yang menjual roti sejenis tetapi dengan

kualitas produk yang rata-rata memiliki kualitas produk yang unggul. Selanjutnya untuk masalah kelengkapan produknya, kadang bisnis ritel tidak memperhatikan kelengkapan produknya, kelengkapan produk tidak hanya pada produknya tetapi juga dapat diukur dari fasilitas yang ada selain. Dan untuk masalah kualitas layanan, toko harus lebih memperhatikan lagi karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen menjadi puasa dan datang kembali untuk mencari kebutuhannya di toko roti Yulia Bakery. Agar toko roti Yulia Bakery mampu bertahan dan berkembang pesat, maka toko roti Yulia Bakery harus dapat mengatasi masalah tersebut.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen di toko roti "Yulia Bakery" Kota Kediri dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti "Yulia Bakery" Kota Kediri".**

## II. METODE

### Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016: 39) pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Teknik dalam penelitian ini menggunakan analisis kausalitas. Menurut Sugiyono (2016: 37) analisis kausalitas adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan dari analisis kausalitas ini adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi.

### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 80) "Populasi" adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah

konsumen toko roti Yulia Bakery dengan jumlah yang tidak dapat didefinisikan.

Menurut Sugiyono (2016: 81) "sampel" adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimilik oleh populasi. Teknik pengambilan sampel penelitian adalah Insedental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan bertemu tersebut memenuhi karakteristik sebagai sampel. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 40.

**Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara wawancara, angket, observasi, studi kepustakaan, dokumentasi.

Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas berdasarkan kuesioner/ angket yang disebar dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel**

**Hasil Uji Validitas**

| Variabel | Pernyataan | $r_{Hitung}$ | $r_{Tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Kualitas Produk | $X_{1.1}$ | 0478 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.2}$ | 0,429 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.3}$ | 0,575 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.4}$ | 0,461 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.5}$ | 0,478 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.6}$ | 0,578 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.7}$ | 0,501 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.8}$ | 0,524 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.9}$ | 0,496 | 0,320 | Valid |
| | $X_{1.10}$ | 0,501 | 0,320 | Valid |
| Kelengkapan Produk | $X_{2.1}$ | 0,408 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.2}$ | 0,567 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.3}$ | 0,502 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.4}$ | 0,496 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.5}$ | 0,456 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.6}$ | 0,502 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.7}$ | 0,540 | 0,320 | Valid |
| | $X_{2.8}$ | 0,496 | 0,320 | Valid |
| Kualitas Layanan | $X_{3.1}$ | 0,520 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.2}$ | 0,517 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.3}$ | 0,584 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.4}$ | 0,482 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.5}$ | 0,411 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.6}$ | 0,668 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.7}$ | 0,564 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.8}$ | 0,720 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.9}$ | 0,679 | 0,320 | Valid |
| | $X_{3.10}$ | 0,544 | 0,320 | Valid |
| Kepuasan Konsumen | $Y_{1.1}$ | 0,580 | 0,320 | Valid |
| | $Y_{1.2}$ | 0,688 | 0,320 | Valid |
| | $Y_{1.3}$ | 0,490 | 0,320 | Valid |
| | $Y_{1.4}$ | 0,615 | 0,320 | Valid |
| | $Y_{1.5}$ | 0,573 | 0,320 | Valid |
| | $Y_{1.6}$ | 0,695 | 0,320 | Valid |

Dari hasil uji validitas dapat dilihat bahwa semua variabel

mempunyai nilai hitung lebih besar dari r tabel.

**Tabel**
**Hasil Uji Reliabilitas**

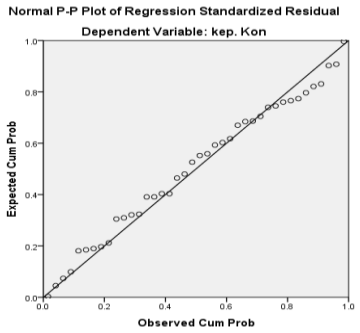
| Variabel | Nilai Cronbach Alpha | Keterangan |
|---|---|---|
| Kepuasan Konsumen (Y) | 0,640 | Reliabel |
| Kualitas Produk (X1) | 0,780 | Reliabel |
| Kelengkapan Produk (X2) | 0,775 | Reliabel |
| Kualitas Layanan(X3) | 0,837 | Reliabel |

Dari hasil uji validitas dapat dilihat bahwa semua variabel mempunyai nilai hitung lebih besar dari r tabel.

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.




**Gambar Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi diantara variabel bebas. Bila nilai VIF < 10 dan nilai toleransinya diatas 0,1 atau 10% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel**
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Model | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Kualitas Produk | 769 | 1.300 |
| Kelengkapan | 866 | 1.155 |
| Produk | 878 | 1.139 |
| Kualitas Layanan | | |

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

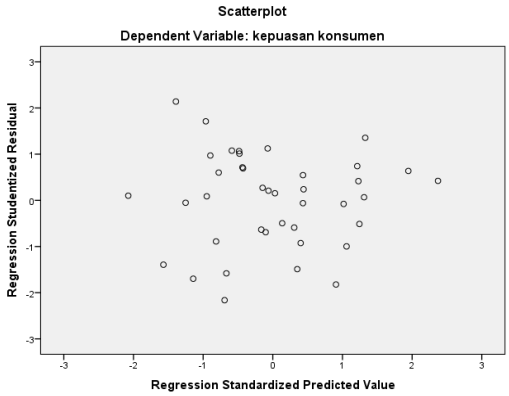
Sumber: data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritas. Hal ini menunjukkan nilai VIF semua variabel bebas lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 0,1 atau 10%.

**Uji Heteroskedastisitas**

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas:




**Gambar Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Uji Autokorelasi**

Uji Autokolerasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Berikut ini tabel Uji Autokolerasi yang dihasilan dalam penelitian:

**Tabel**
**Hasil Uji Autokerelasi**
**Model Summary[b]**

| Model | Durbin-Watson |
|---|---|
| 1 | 1.819 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, kualitas layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai *durbin-watson (*DW *Test)* sebesat 1,819. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel *Durbin Watson* menggunakan signifikan 5% diketahui dalam penelitian ini dengan jumlah sampel (n) = 40 dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka tabel *durbin watson* didapatkan batas atas (du) 1,6589. Menurut Ghozali (2013: 111) untuk memutuskan model regresi bebas dari autokolerasi positif maupun negatif yaitu dengan ketentuan du< d< 4-du. Berdasarkan tabel 4.9 diatas nilai d= 1,819 lebih besar dari nilai du= 1,6589 dan kurang dari 4 - 1,819 (4-du) = 2,181 atau 1,6589 < 1,819 < 2,181 sehingga dapat dinyatakan pada model regresi bebas dari autokorelasi baik positif maupun negatif.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis ini digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh kualitas produk ($X_1$), kelengkapan produk ($X_2$), kualitas layanan ($X_3$) terhadap kepuasan konsumen (Y).

**Tabel**
**Analisis linear berganda**
**Coefficient[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 27.986 | 4.662 | |
| Kualitas Produk | -.149 | .144 | -.219 |
| Kelengkapan Produk | .145 | .109 | .210 |
| Kualitas Layanan | -.238 | .107 | -.349 |

a. Dependen variabel: kepuasan konsumen

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 27.986. -0,149\ X1 + 0,149\ X2 - 0,238\ X3 + e$$

Persamaan regresi diatas mempunyai angka makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 27,986

Nilai tersebut mengidentifikasikan bahwa jika variabel kualitas produk ($X_1$), kelengkapan produk ($X_2$) dan kualitas layanan (X3) bernilai 0,

maka nilai kepuasan konsumen (Y) adalah 27,986

b. Koefisien $X_1$ = -0,149

Variabel $X_1$ Kualitas Produk mempunyai pengaruh negatif terhadap Y (kepuasan konsumen) dengan koefisien regresi sebesar -0,149 satuan artinya jika terjadi peningkapatan variabel $X_1$ (kualitas produk) sebesar 1 satuan, maka Y (kepuasan konsumen) akan turun sebesar -0,149 satuan dengan asumsi variabel kelengkapan produk dan kualitas layanan tetap atau konstant.

c. Koefisien $X_2$ = 0,145

Variabel $X_2$ Kelengkapan produk mempunyai pengaruh positif terhadap Y (kepuasan konsumen) dengan koefisien regresi sebesar 0,145 satuan artinya jika terjadi peningkatan variabel $X_2$ (kelengkapan produk) sebesar 1 satuan, maka Y (kepuasan konsumen) anak naik sebesar 0,145 dengan asumsi variabel kualitas produk dan kualitas layanan atetap atau konstan..

d. Koefisien $X_3$ = - 0,238

Variabel $X_3$ kualitas layanan mempunyai pengaruh negatif terhadap Y (kepuasan konsumen) dengan koefisien regresi sebesar -0,238 artinya jika terjadi peningkatan variabel $X_3$ (kualitas layanan) sebesar 1 satuan, maka Y (kepuasan konsumen) akan turun sebesar -0,238 satuan dengan asumsi variabel kualitas produk dan kelengkapan produk tetap atau konstan.

**Analisis Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Koefisien determinasi merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk melihat besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, dapat diketahui seberapa baik model persamaan regresi yang digunakan. Berikut ini tabel koefisien determinasi yang dihasilan dalam penelitian:

Tabel
Analisis Koefisien Determinasi ($R^2$)

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ,477[a] | ,228 | ,164 | 3,459 | 1,819 |

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan, kelengkapan produk, kualitas produk
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen
Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai adjusted $R^2$ sebesar

0,164. Hal ini menunjukan bahwa variabel indepen kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 1,64% dan sisanya 98,36% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

**Uji t (Parsial)**

Pengujian ini dilakukan guna membuktikan variabel independen (kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layann) secara parsial memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependen (kepuasan konsumen).

Berikutnya hasil pengujian secara parsial menggunakan Uji t yang nilainya dibandingkn dengan signifikansi 0,05 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel Hasil Uji t (Parsial)**

**Coefficientsa**

| Model | T | Sig. |
|---|---|---|
| 1 (Constant) | 6.050 | .000 |
| Kualitas produk | -1.309 | .199 |
| Kelengkapan produk | 1.335 | .190 |
| Kualitas layanan | -2.234 | .032 |

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen
Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil pengujian uji t diatas menunjukan :

1) Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh nilai signifikan variabel kualitas produk sebesar 0,199 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka H0 ditolak, artinya berdasarkan hasil pengujian kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2) Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh nilai signifikan variabel kelengkapan produk sebesar 0,190 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka H0 ditolak, artinya berdasarkan hasil pengujian kelengkapan produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3) Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas diperoleh nilai signifikan variabel kualitas layanan sebesar 0,032 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya berdasarkan hasil

pengujian kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Uji F (Uji Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji bagaimana variabel independen (kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Uji F dapat dicari dengan membandingkan hasil dari probabilitas *value*. Secara simultan kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Yulia Bakery.

Berikut hasil pengujian secara simultan menggunakan Uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Hasil Uji F (Simultan)**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 127,168 | 3 | 42,389 | 3,544 | ,024[b] |
| | Residual | 430,607 | 36 | 11,961 | | |
| | Total | 557,775 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas layanan, kelengkapan produk, kualitas produk

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,024. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H0 ditolak dan Ha diterima, artinya berdasarkan hasil pengujian kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**PEMBAHASAN**

1. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.**

Dari hasil uji t didapat nilai probibalitas variabel kualitas produk lebih besar

dari taraf signifikan yaitu 0,199 > 0,005. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh signifikan dikarenakan oleh konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan sehingga konsumen akan kembali membeli produk sejenis dalam waktu tertentu. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. **Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil uji t pada didapat nilai probibalitas variabel kelengkapan produk lebih besar dari taraf signifikan yaitu 0,190 > 0,005. Kelengkapan produk dikatakan signifikan karena konsumen merasa puas saat membeli kebutuhan yang diinginkan selain itu kelengkapan produk sangat diperhatikan oleh pemilik toko. Sehingga dapat dikatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil uji t didapat nilai probibalitas variabel kualitas layanan lebih 0,32 < 0,005. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**4. Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Kosnumen**

Dari hasil uji F pada tabel 4.13 didapat nilai probabilitas variabel kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,024 < 0,005. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi Adjusted $R^2$ sebesar 1,64 artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variable independen dan sisanya 98,64% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

**KESIMPULAN**

1. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Yulia Bakery.
2. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Yulia Bakery.
3. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Yulia Bakery.
4. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial anata kualitas produk, kelengkapan produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Yulia Bakery.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Salemba Empat. Jakarta.

Griefie, Lumintang Dan Rotinsulu, Jopie. 2015. Analisi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado.*Jurnal Manajemen Pemasaran*. Hal 1-12.

Kotler, Plilip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2.Edisi 12.Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta:Erlangga.

Kotler & Keller. 2009. "*Manajemen Pemasaran*". Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajmen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jalarta.

Ma'ruf, Hendri. 2015. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.

Nur, Wulandari. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kopikita Semarang). *Jurnal Manajemen Pemasaran.*Hal 1-59.

Rahmi, Rosita. 2016. Pengaruh Lokasi, Kelengakapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Kenyamanan Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Hal 1-6.

Sanusi, Anwar. 2014.*Metode Penelitian Bisnis*.Salemba Empat,Jakarta.

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* dan *R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Sunyoto, Suyanto 2010. Analisis regresi untuk

uji hipotesis, Yogyakarta. Caps.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.

Wahyu, Nur, Prabowo. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Sikabupaten Karanganyar). *Jurnal Maanjemen Pemasaran*. Hal 1-15.

Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.

Yeti, Husnul, Hayati. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran.* Hal 1-8.