

Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang

Imron Imron

Universitas Bina Sarana Informatika
imron.imr@bsi.ac.id

Abstract: *The large number of new companies offering a variety of similar products at lower prices raises intense competition to increase sales. Therefore, improving product quality is something that must be done in order to attract potential customers and increase the number of purchases. Based on the type of data obtained by the authors in this study, the authors used a quantitative method using descriptive research methods to describe the results of research conducted. In this study the authors used a questionnaire as a tool to collect data. Then the data obtained were analyzed using validity test, reliability test, normality test, heteroskedacity test, simple linear regression analysis, t test (partial) and determinant test with the help of SPSS version 25. From the results of the analysis carried out by researchers it can be concluded that there is a quality effect product to customer satisfaction on CV. Meubele Berkah Tangerang, this means H_0 is rejected and H_1 is accepted.*

Keywords: *Quantitative, SPSS, Product Quality, Consumer Satisfaction*

Abstrak: Banyaknya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan berbagai macam produk serupa dengan harga yang lebih rendah menimbulkan persaingan yang ketat untuk meningkatkan penjualan. Maka dari itu, meningkatkan kualitas produk merupakan hal yang harus dilakukan agar dapat menarik minat calon konsumen dan meningkatkan jumlah pembelian. Berdasarkan jenis data yang didapat oleh penulis dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kemudian data yang diperoleh dianalisa menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji heteroskedasitas, analisis regresi linier sederhana, uji t (parsial) dan uji determinan dengan bantuan SPSS versi 25. Dari hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Meubel Berkah Tangerang, ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kata Kunci: Kuantitatif, SPSS, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2019 by author and IJSE-Indonesian Journal on Software Engineering.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dewasa ini semakin berkembang dengan pesat. Banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan berbagai macam produk bermunculan sehingga berdampak pada munculnya persaingan yang ketat antar perusahaan, baik yang bergerak dalam industri manufaktur maupun perusahaan jasa. Dengan munculnya banyak produk yang datang dari luar negeri serta banyaknya produk yang serupa dengan harga yang lebih rendah, memicu setiap perusahaan untuk menjadi yang terdepan dari semua pesaingnya dan menjadi yang terbaik bagi konsumen. Hal ini mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat menghasilkan produk dengan mutu yang terbaik dan berkualitas tinggi supaya mendapatkan daya saing yang lebih dibandingkan dengan industri-industri lain yang sejenis sehingga dapat lebih menguasai pagsa pasar yang ada dan memenangkan persaingan.

CV. Meubel Berkah Tangerang merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi perlengkapan *furniture* rumah tangga dan perkantoran berdiri sejak tahun 1991 diawali dengan pengalaman pendirinya yang pernah bekerja sebagai pembuat barang-barang *furniture*.

Menurut Maria & Anshori (2013:1) kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja/performance, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga perceived quality/kesan produk. Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Priatno (2014:144) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen sebenarnya dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Oleh karena itu, berbagai upaya dilakukan agar dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana kualitas produk (kinerja (performance), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), keandalan (reability), kesesuaian dengan spesifikasi (conformance), daya tahan (durability), pelayanan (service ability)) yang dihasilkan oleh CV. Meubel Berkah Tangerang.
- b. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh CV. Meubel Berkah Tangerang.
- c. Sejauh mana pengaruh kualitas produk (kinerja (performance), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), keandalan (reability), kesesuaian dengan spesifikasi (conformance), daya tahan (durability), pelayanan (service ability)) terhadap tingkat penjualan pada CV. Meubel berkah Tangerang.

2. Maksud Penelitian

Maksud yang hendak dicapai dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk (kinerja (performance), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), keandalan (reability), kesesuaian dengan spesifikasi (conformance), daya tahan (durability), pelayanan (service ability)) terhadap tingkat penjualan pada CV. Meubel berkah Tangerang.
- b. Sebagai bahan masukan untuk CV. Meubel Berkah Tangerang dalam mencari sebuah terobosan untuk meningkatkan kualitas produk (kinerja (performance), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), keandalan (reability), kesesuaian dengan spesifikasi (conformance), daya tahan (durability), pelayanan (service ability)).
- c. Sebagai bahan referensi ataupun perbandingan bagi peneliti berikutnya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Ada pun metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut.

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik ataupun cara yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data yang nantinya data tersebut akan digunakan oleh penulis untuk memperoleh bahan, keterangan, dan informasi terkait dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya. Menurut Sugiyono (2018:213) terdapat dua jenis pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya yaitu sebagai berikut:

a. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber primer diperoleh oleh penulis dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada konsumen CV. Meubel Berkah Tangerang.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, data dari internet, skripsi maupun tesis penelitian yang sebelumnya.

2. Populasi

Sugiyono (2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Meubel Berkah Tangerang yang pernah melakukan pembelian pada CV. Meubel Berkah Tangerang.

3. Sampel

Sugiyono (2018:131) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode sampling insidental untuk menentukan sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2018:136) nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan sampling insidental menurut Sugiyono (2018:138) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data. Roscoe dalam Sugiyono (2015:12) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 s/d 500.

Cara pengambilan sampel dengan sampling insidental dimana semua konsumen yang datang ke CV. Meubel Berkah Tangerang dalam kurun waktu tiga minggu dan sudah pernah melakukan pembelian produk yang dihasilkan oleh CV. Meuble Berkah Tangerang sebelumnya adalah sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsomen CV. Meubel Berkah Tangerang yang dalam penelitian ini diambil sebanyak 30 orang dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden Dilihat dari Usia

| No. | Umur | Jmlh Sample (Orang) | Persentase (%) |
|-----|--------------|---------------------|----------------|
| 1 | 20-30 Thn | 5 | 17 |
| 2 | 30-40 Thn | 22 | 73 |
| 3 | >40 Thn | 3 | 10 |
| | Total | 30 | 100 |

Tabel 2 Karakteristik Responden Dihat dari Jenis Kelamin

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah Sample (Orang) | Persentase (%) |
|-----|---------------|-----------------------|----------------|
| 1 | Laki-Laki | 20 | 67 |
| 2 | Perempuan | 10 | 33 |
| | Total | 30 | 100 |

4. Metode Analisis Data

a. Skala Likert

Menurut Siregar (2016:138) skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3 Skor Jawaban Responden

| Jawaban | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

b. Uji Validitas

Menurut Siregar (2016:162) validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan Muhidin dan Abdurahman (2017:30) mengemukakan suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Jika r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan valid.

c. Uji Reabilitas

Menurut Muhidin dan Abdurahman (2017:37) suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jadi uji reabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. ntuk menguji reabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Alpha* dari *Cronbach* sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r : koefisien reliability instrument (*cronbach alfa*)

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: total butir variabel

σ_t^2 : total varian

d. Uji Normalitas

Menurut Priyastama (2017:117) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.

e. Uji Heteroskedasitas

Menurut Priyastama (2017:125) heteroskedasitas keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamata lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedasitas atau tidak dalam penelitian ini, penulis melihat pola titik pada *scatterplots*.

f. Analisa Regresi Linier Sederhana

Menurut Muhidin dan Abdurahman (2017:187) Analisis regresi dipergunakan untuk menelaah hubungan antar dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks.

g. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Priyastama (2017:88) uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Serta dapat digunakan untuk menentukan uji hipotesis masing-masing variabel.

h. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen (Y). Dengan kata lain, variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X sebesar $r^2\%$ dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

C. METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenis data yang didapat oleh penulis dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2018:15) disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut Siregar (2016:107) prosedur pemecahan masalah pada metode penelitian deskriptif adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1 Uji Validitas

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|--|--------------|-------------|------------|
| Kinerja (Performance) | | | |
| 1 | 0,674 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,621 | 0,361 | Valid |
| Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features) | | | |
| 1 | 0,735 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,634 | 0,361 | Valid |
| Keandalan (Reability) | | | |
| 1 | 0,799 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,707 | 0,361 | Valid |
| Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance) | | | |
| 1 | 0,701 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,693 | 0,361 | Valid |
| Daya tahan (Durability) | | | |
| 1 | 0,675 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,633 | 0,361 | Valid |
| Pelayanan (Service ability) | | | |
| 1 | 0,685 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,600 | 0,361 | Valid |

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|--------------------|--------------|-------------|------------|
| 1 | 0,715 | 0,361 | Valid |
| 2 | 0,864 | 0,361 | Valid |
| 3 | 0,836 | 0,361 | Valid |
| 4 | 0,766 | 0,361 | Valid |

Dari kedua tabel di atas, seluruh instrumen memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel kualitas produk (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y) dinyatakan valid.

2 Uji Reabilitas

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X

| Reliability Statistics | |
|---------------------------|---------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .799 | 4 |

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Y

| Reliability Statistics | |
|---------------------------|---------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .891 | 12 |

Dari kedua tabel di atas, nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dinyatakan reliabel dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data.

3. Uji Normalitas

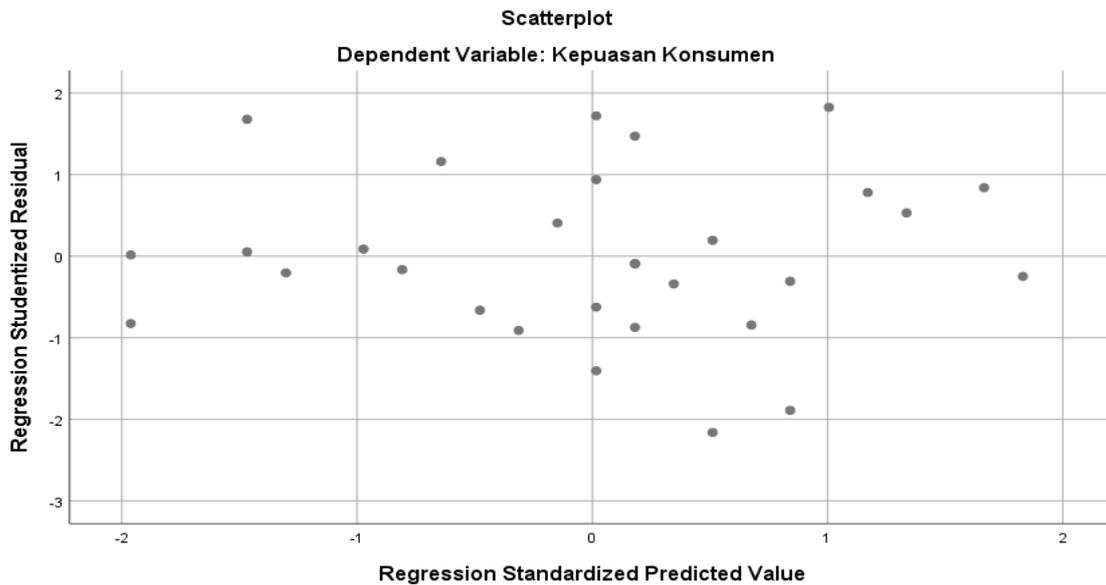
Tabel 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|-------------------------------------|-------------------|----------------------------|
| N | | 30 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 127.901.942 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .099 |
| | Positive | .099 |
| | Negative | -.082 |
| Test Statistic | | .099 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan output *Scatterplot* di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola gelombang, melebar kemudian menyempit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 10 Hasil Analisa Regresi Sederhana

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.121 | 1.726 | | 1.229 | .229 |
| | Kualitas Produk | .318 | .040 | .833 | 7.981 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Persamaan regresi linier sederhana dengan menggunakan dua variabel independen sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Y adalah variabel dependen yang diramalkan, a adalah nilai konstanta, b adalah koefisien regresi, dan X adalah variabel independen. Dari hasil pengolahan data analisis regresi linier sederhana di atas maka dapat di rumuskan :

$$Y = 2,121 + 0,318 X$$

Dari perumusan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstant sebesar 2,121 artinya apabila nilai variabel kualitas produk nilainya 0 maka nilai variabel kepuasan konsumen memiliki nilai tetap 2,121. Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,318, artinya apabila variabel kualitas produk meningkat sebesar 1 (satu) satuan maka nilai variabel kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,318.

7. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 11 Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.121 | 1.726 | | 1.229 | .229 |
| | Kualitas Produk | .318 | .040 | .833 | 7.981 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada hasil tabel hasil uji t (parsial) didapat nilai thitung variabel kualitas produk (X) sebesar 7,981 lebih besar dari 2,045 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Nilai thitung menunjukkan angka positif, menunjukkan pengaruh yang positif yang artinya apabila kualitas produk (X) meningkat maka kepuasan konsumen (Y) juga meningkat dan sebaliknya apabila kualitas produk (X) menurun kepuasan konsumen juga ikut menurun (Y).

8. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .833 ^a | .695 | .684 | 1.302 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai (Adjusted R Square) sebesar 0,684, Jadi kontribusi pengaruh dari variabel independen kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dalam regresi linier sederhana sebesar 68,4% sedangkan sisanya 31,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t (uji parsial), didapat thitung variabel X (kualitas produk) sebesar 7, 981 lebih besar dari nilai ttabel yaitu 2, 045 dan didapat nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan sebesar 0,05. Nilai thitung yang menunjukkan angka positif berarti jika CV. Meuble Berkah Tangerang meningkatkan kualitas produk (variabel X) maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat (variabel Y). Namun jika kualitas

produk (variabel X) CV. Meubel Berkah Tangerang menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun (variabel Y).

2. Berdasarkan uji determinan didapat pengaruh variabel X (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan konsumen) sebesar 68,4%. Artinya variabel X (kualitas produk) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sedangkan sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Dari hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Meubel Berkah Tangerang, ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dibahas mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Meubel Berkah Tangerang, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka sebaiknya CV. Meubel Berkah Tangerang selalu meningkatkan dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal tersebut sangat penting karena dapat meningkatkan pendapatan dan kepercayaan konsumen bagi CV. Meubel Berkah Tangerang.
2. Untuk memperkuat pangsa pasar, CV. Meubel Berkah Tangerang harus selalu meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta melakukan inovasi-inovasi baru seperti variasi dan desain produk juga meningkatkan pelayanan yang lebih baik.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut agar dapat menemukan jawaban yang lebih mendalam mengenai kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga diharapkan CV. Meubel Berkah Tangerang dapat mengetahui adanya kemungkinan ditemukannya variabel-variabel baru seperti harga, lokasi dan promosi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, (1), 50–51. Diambil dari <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2654>
- Mukti, M. Y. D. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar)*. *Jurnal Ekonomi*, 2(1), 89–110. Diambil dari <http://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/233>
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyastama, Romie. 2017. *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Prianto. (2014). *Analisis Pengaruh Pendekatan Personal Tenaga Penjual, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, Vol. X, No(2), 143–148.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*. *Jurnal STIE Semarang*, ISSN : 2252-826, 8(2), 92–121. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/133954-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-d.pdf>

- Sangadji, Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 1–10. Diambil dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/607>
- Senaen, L. F., & Tumbuan, W. J. Al. (2015). Pengaruh People, Proses, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 345–356. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7105>
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana