

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS BUTIK SHIFA OLSHOP MEDAN)**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER SATISFACTION
(CASE STUDY OF MEDAN OLSHOP SHIFA BOUTIQUE)**

Oleh:

Zahratunnisa

**Mahasiswa Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan
Jalan Garu II A No.93, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan,
Sumatera Utara, Indonesia 20147
Email : icaazahra422@gmail.com**

Muhammad Rahmat

**Dosen Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan
Jalan Garu II A No.93, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan,
Sumatera Utara, Indonesia 20147**

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the relationship between service quality and product quality for customer satisfaction when shopping at Sippa All Shop Medan boutique. In this study, 69 individuals were selected and determined using a simple random sample. Data Collection Techniques - Distribution of interviews and questionnaires to respondents who shop frequently at shifa olshop boutiques. The data analysis methods used are descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The analysis showed that service quality (X1) and product quality (X2) had a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) of Shifa Olshop Boutique Medan. In the test, the coefficient of determination (R²) is used to determine the ability of the independent variable used in the regression equation to account for the dependent variation. This value obtained from the modified Rsquared has a value of 0.706, which means that the relationship between the two independent variables of the dependent variable changes by 70.6%, or it can be said that customer satisfaction can be explained by service quality and product quality. The remaining 29.4% was due to other factors not considered in this study.

Keywords: *Service quality, product quality, customer satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui hubungan antara “kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pelanggan yang merasa puas dalam

berbelanja di Butik Shifa Olshop Medan. Terdapat 69 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini serta menggunakan simple random sampling dalam penentuannya. Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data adalah wawancara serta menyebarkan kuisioner kepada responden yang kerap sekali berbelanja di butik shifa olshop. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) masing masing memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Butik Shifa Olshop Medan. Pada pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan guna dapat mengetahui kemampuan variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi untuk menjelaskan variasi dependen. Nilai yang dihasilkan dari Adjusted R-squared memiliki nilai sebesar 0,706 yang mengartikan berarti variasi sebesar 70,6% hubungan antara kedua variabel independen terhadap variabel dependennya atau dapat dikatakan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sisanya 29,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan

Pendahuluan

Latar Belakang

Fashion menjadi salah satu jenis industri yang digandrungi masyarakat sampai saat ini. “Hal tersebut tidak terlepas dari pemahaman bahwa sandang merupakan menjadi kebutuhan dasar manusia. Hingga berates tahun bahkan selamanya kebutuhan manusia akan pakaian tidak akan bergeser posisinya. Perkembangan pakaian juga mengikuti tren yang disesuaikan dengan zaman dan kebutuhan manusia. Hal tersebut bertujuan menarik perhatian dan minat masyarakat dalam membeli produk pakaian dengan jenis dan model yang ada”.

Jika diperhatikan lebih seksama, terdapat hubungan yang erat antara *fashion* dengan gaya hidup masyarakat. Karena *fashion* bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman yang semakin

modern yang terdampak akulturasi budaya terhadap pakaian.

Setiap pakaian atau segala bentuk produk *fashion* pasti memiliki kualitas yang diberikan dari perusahaan sesuai kebutuhan pelanggan. Industri *fashion* butuh memperhatikan kualitas produk guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta keinginan dan harapan dari pelanggan atau calon pelanggan. Kualitas produk yang di jual sangan baik akan menjadi keunggulan bagi suatu usaha dalam memenangkan persaingan di dalam industri *fashion*. Kotler (2012) berargumentasi bahwa produk berkualitas diartikan sebagai mempunyai sebuah produk dalam melaksanakan fungsi-fungsinya, termasuk atribut-atribut berharga seperti daya tahan, keandalan, akurasi, kenyamanan, dan usaha dalam perbaikan. Produk yang berkualitas mampu dimanfaatkan

konsumen secara totalitas guna mengaktualisasi kebutuhan dan keinginan yang diperlukan konsumen. Konsumen menentukan kualitas jasa sebagai suatu pengguna jasa yang sesuai targetnya. Oleh karena itu, kualitas layanan mampu dibuat dengan terlebih dahulu guna identifikasi persepsi konsumen akan layanan yang diperlukan. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebuah penilaian akan seberapa besar pelayanan hendak diberikan guna memenuhi impian konsumen. Efek baik dari pelayanan prima menciptakan kenaikan akan rasa puas.

Peneliti memilih Butik Shifa untuk diteliti yang merupakan “satu dari beberapa usaha kecil dan menengah yang berjuang dalam kondisi ketidakpastian dari Covid-19. Butik Shifa beralamat di Jalan Seto No. 54 Kota Medan. Butik Shifa Olshop Medan didirikan sudah 5 tahun dan menjual pakaian - pakaian wanita muslimah yang fashionable dan modist. Butik ini berdiri atas kerjasama serta keinginan untuk memelopori anak muda dan ibu- ibu yang memiliki hobi dibidang fashion agar tetap bisa bergaya dengan sesuai perkembangan zaman tapi tetap berhijab dengan kualitas yang bagus dan tidak menguras kantong. Butik ini memilih bahan baku kain yang adem dan nyaman juga benang yang bagus untuk menciptakan hasil jahitan yang rapi tetapi tetap dengan nilai atau harga yang masih mampu dijangkau oleh konsumen sehingga produk yang dimiliki usaha ini mampu dibeli oleh semua kalangan”.

Sehingga berdasarkan rentetan deskripsi dari rumusan masalah, peneliti merasa tergugah melakukan riset yang diangkat ke permukaan dengan judul: “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Butik Shifa Olshop Medan)**”

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan penelitian yang akan dibahas oleh peneliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Butik Shifa Olshop Medan?
- b. Bagaimana pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Butik Shifa Olshop Medan?
- c. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen Butik Shifa Olshop Medan?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk memahami dan memahami pemberian layanan yang berkualitas dari Butik Shifa Olshop mampu mempengaruhi kepuasan dari pelanggannya.
- b. Untuk mengetahui dan memahami produk yang berkualitas dari Butik Shifa Olshop mampu mempengaruhi kepuasan dari pelanggannya.
- c. Untuk memahami serta mengetahui pemberian layanan yang berkualitas serta produk yang berkualitas dari Butik Shifa Olshop mampu mempengaruhi kepuasan dari pelanggannya

Manfaat Penelitian

1. Menjadikan penelitian ini sebagai pengembangan dari pengalaman, pengetahuan dan teori mengenai pelayanan dan menghadirkan produk yang berkualitas serta hubungannya dalam mempengaruhi kepuasan dari konsumennya.
2. Survei ini tentunya menjadi bagian dari informasi-informasi yang mendasar dalam pengambilan keputusan bagi stakeholders Shifa Boutique untuk pemberian layanan yang berkualitas serta produk yang berkualitas dari Butik Shifa Olshop Medan mampu mempengaruhi kepuasan dari pelanggannya.
3. Menjadikan penelitian ini sebagai bagian informasi-informasi dan bahan acuan bagi pihak-pihak yang secara khusus membutuhkan informasi dan erbandingan untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

Kajian Pustaka

Kepuasan Konsumen

“Kepuasan pelanggan yaitu ketika konsumen merasa bahwa dia mendapatkan kurang dari yang dia harapkan untuk tidak puas. Sebuah penilaian emosional atau emosional yang pelanggan buat tentang suatu hal (Rahmawati, 2017:7). Jika apa yang diterima konsumen memenuhi harapan, konsumen puas dan apa yang diterima konsumen melebihi harapan. Jika demikian, konsumen sangat senang.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012:152) berpendapat bahwa pelayanan yang berkualitas sebagai pengijawantahan akan ukuran seberapa baik suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan dalam menerima dan menegaskan manfaat. Kebaikan dan kepuasan akan pelayanan yang diberikan mampu membangun persepsi konsumen. Ketika penerimaan akan jasa melebihi dari harapan oleh seorang konsumen, maka kualitas jasa atau jasa tersebut ideal untuk kualitas.

Kualitas Produk

Hasil dari kegiatan dapat disampaikan kepada pasar sasaran guna pemenuhan akan kebutuhan serta keinginan dari konsumen, menjadikan produk ini sebagai inti dari kegiatan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2010: 217), produk yang berkualitas menjadi satu dari beberapa faktor-faktor yang rasa puas yang dialami konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Pastinya akan ada proses memproduksi barang yang digunakan untuk konsumen. Konsumen akan merasa terpenuhi secara kebutuhan serta barang ataupun jasa yang diproduksi harus mencerminkan *high quality product*”

Hipotesis Penelitian

Penelitian ini diberikan dugaan tentang apa yang akan diteliti, apa yang akan diamati serta usaha untuk memahami setiap dugaan dan pengamatan tersebut. Untuk menemukan setiap keterkaitan yang dimiliki oleh kualitas pelayanan dan produknya yang dihubungkan pada kepuasan konsumen. Meng

diperlukan suatu dasar empiris yang digunakan pembangunan hipotesis, yakni sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H2: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian dapat dikatakan sebagai penelitian *explanatory* atau deskriptif yang membantu menjelaskan seberapa kuat keterkaitan antara dua variabel atau lebih dalam sebuah penelitian. Begitu juga dalam rangka penunjukan akan arah hubungan antara variabel bebas dengan kaitannya pada variabel terikatnya. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu memproyeksikan suatu realitas yang dapat diukur serta hubungan variabel yang mempunyai hubungan antara sebab dengan akibat. Sehingga, data pada penelitian terdapat angka-angka dan analisisnya dengan penggunaan program statistika. Tentunya dalam rangka memahami dan mengetahui akan tanggapan dari responden. Peneliti menggunakan teknik penelitian lapangan serta kuisioner.

Populasi dan Sampel

Konsumen yang sudah dan telah mengunjungi serta berbelanja di Butik Shifa Olshop dipakai sebagai populasi dalam riset ini. *Random sampling* dipakai guna mendapatkan sampel pada penelitian ini yakni dengan cara memberikan suatu kesempatan sama bagi setiap

populasi menjadi sampel maupun peluang yang sama bagi setiap orang yang akan dimintai menjadi sampel penelitian. Merujuk kepada penilaian akan beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Untuk menenentukan sampel pada penelitian Maka sampel yang diperoleh adalah sebesar 69 orang dari jumlah konsumen yang membeli produk Butik Shifa Olshop. Pengambilan data tentunya dengan metode kuesioner untuk mempermudah riset penelitian. Analisis yang digunakan berdasarkan data pada penelitian ini yaitu memakai analisis secara deskriptif serta regresi linier berganda dalam rangka melakukan pembuktian pada uji-uji hipotesis pada riset penelitian

Indikator Penelitian

Kotler dan Keller, (2012:142) menyatakan kualitas produk indikatornya yakni sebagai berikut:

- a. *Performance* (kinerja), berdasarkan akan karakter yang dimiliki dari dasar-dasar operasional pada suatu produk.
- b. *Durability* atau ketahanan dari suatu produk berarti masa atau umur sebelum produk yang bersangkutan perlu diganti.
- c. Kesesuaian akan produk dengan spesifikasinya, mengartikan bentuk karakter operasional dasar pada sebuah produk sesuai dengan spesifikasi-spesifik konsumen, atau produk cacat
- d. komposisi atau fitur yang digunakan untuk meningkatkan fungsionalitas

produk atau untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk.

- e. Reliabilitas adalah mungkin atau tidak bekerja dengan baik dalam jangka waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan rusak, semakin dapat diandalkan produk tersebut

Menurut (Harfika dan Abdullah, 2017: 48), berikut terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Bentuk sebenarnya dari layanan yang diberikan
- b. Layanan yang memberikan keandalan
- c. Layanan yang dapat memberikan responsivitas
- d. Garansi diterima konsumen
- e. Empati yang diungkapkan oleh pemilik atau karyawan perusahaan

Menurut (Setyo, 2017: 758) ada indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Terpenuhinya keinginan serta pelanggan
- b. Merekomendasi ke orang lain untuk memakai
- c. Loyalitas terhadap barang
- d. Reputasi yang baik akan suatu barang
- e. Lokasi

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas

Dalam analisis pada setiap indikator variabel dilakukan pengujian validitas untuk melihat seberapa kapasitas indikator tersebut dan sampai sejauh mana keakuratan instrumen dapat mencerminkan konsep gejala atau peristiwa yang

diukur. Jika didapatkan nilai r hitung mampu menghasilkan nilai yang lebih besar daripada dari r tabel (0,194), maka angket ataupun jawaban kuisioner dari responden sebanyak 69 orang mampu dinyatakan valid atau sesuai. Pemeriksaan validasi ada dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	(X ₁ 1)	0,779	Valid
	(X ₁ 2)	0,703	Valid
	(X ₁ 3)	0,804	Valid
	(X ₁ 4)	0,747	Valid
	(X ₁ 5)	0,815	Valid
Kualitas Produk (X ₂)	(X ₂ 1)	0,741	Valid
	(X ₂ 2)	0,779	Valid
	(X ₂ 3)	0,719	Valid
	(X ₂ 4)	0,743	Valid
	(X ₂ 5)	0,801	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	(Y.1)	0,717	Valid
	(Y.2)	0,777	Valid
	(Y.3)	0,814	Valid
	(Y.4)	0,823	Valid
	(Y.5)	0,773	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Tabel 1 digunakan sebagai referensi yang mampu mengungkapkan adanya korelasi antara skor-skor total dari masing-masing variabel dengan masing-masing indikator, dan menunjukkan hasil yang reliabel ketika kondisi r hitung > r tabel. Sehingga dapat dinyatakan dan mulai berlaku dilakukan riset.

Tabel 2 dapat dapat mengungkapkan sebuah referensi dari penelitian yang mengartikan bahwasanya setiap variabel yang diuji mampu memberikan jawaban secara reliabel serta mempunyai koefisien Alpha yang mampu memenuhi persyaratan yang

dikategorikan reliable atau menunjukkan konsistensi pada penelitian yaitu bernilai diatas atau lebih dari 0,6. Maka dari itu item pada masing-masing konsep variabel selanjutnya dapat dikatakan mampu atau layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

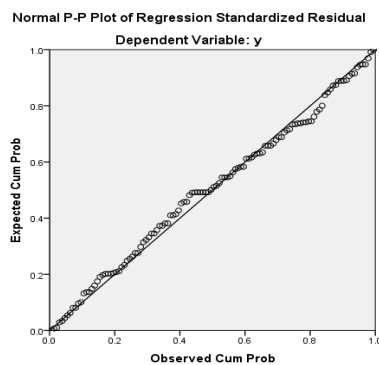
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,802	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,835	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,802	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Uji Asumsi Klasik

Normalitas data dalam penelitian ini dengan cara memeriksa titik-titik pada P-Plot normal dari citra regresi standar residual variabel dependen. Model regresi yang baik harus memiliki sebaran data yang normal, atau sebaran data variabel yang terletak secara diagonal dan tidak jauh dari garis, tetapi titik-titiknya jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti diagonal maka tes gagal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Data Primer diolah 2022

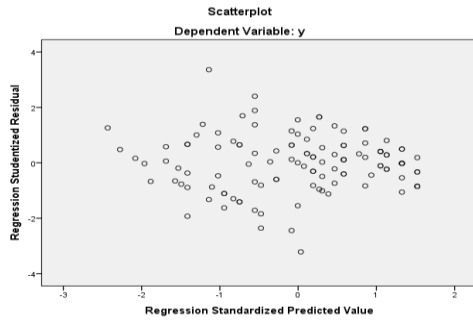
Setelah melakukan pengujian terhadap nilai Normal Plot ditemukan bahwa semua data terdistribusi secara normal. Hal ini dapat dilihat pada sebaran data tidak jauh dan tetap berada di sekitar garis diagonal. Hal ini tentunya dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki asumsi bahwa terpenuhi secara normalitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.359	2.784
X2	.359	2.784

Sumber: pengolahan data primer, 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada setiap variabel bebas yang masing-masing mampu menghasilkan nilai VIF kurang dari 10, sedangkan dua variabel independen memungkinkan lebih kecil dari 10% atau kurang dari 0,100. Artinya sama sekali tidak terdapat keterkaitan antara setiap variabel bebas yang tercantum pada tabel. Dari hasil nilai yang diberikan mampu diperlihatkan pada Tabel 3, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada adanya suatu multikolinearitas antara variabel independen dari suatu model.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer diolah 2022

Gambar 2 menunjukkan hasil uji varians tidak seragam yang dilakukan. Anda dapat melihat bahwa titik-titik pada gambar tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik pada gambar terdistribusi secara merata di atas dan di bawah nol pada sumbu y. Ini, tentu saja, menunjukkan bahwa tidak ada penyimpangan dari asumsi tradisional tentang uji varians yang tidak seragam dari model regresi

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	.676	.000	.615	.539
X1	.594	.000	5.103	.000
X2	.833	.000	5.599	.000

Sumber: pengolahan data primer, 2022.

Hasil persamaan dari analisis regresi linear sederhana, sebagai berikut:

$$Y = 0,676 + 0,594 X_1 + 0,833X_2$$

Dari persamaan di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,676 yang menunjukkan besaran kepuasan pelanggan sebesar 0,676 pada saat Kualitas pelayanan dan kualitas produk sama dengan nol.
- b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan lahir sebesar 0,594, menunjukkan adanya perubahan variabel dependen berdasarkan variabel independen. Dari hasil tersebut terlihat bahwa peningkatan nilai pelayanan yang berkualitas sebesar satu satuan menambah rasa puas dari pelanggan sejumlah 0,594..
- c. Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah 0,833 yang menunjukkan perubahan variabel dependen berdasarkan variabel independen. Dari hasil tersebut terlihat bahwa peningkatan akan nilai produk yang berkualitas sebesar satu satuan mampu menambah rasa puas dari pelanggan sejumlah 0,833.
- d. Dapat disimpulkan bahwa bahwa pelayanan dan produk yang berkualitas mampu secara positif mempengaruhi rasa puas kepada pelanggan butik shifa olshop serta signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengartikan semakin baik pelayanan yang diberikan butik shifa olshop dan produknya berkualitas akan memberikan dampak yang semakin tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan atau konsumen.

Tabel 4. Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
(Constant)	.615	.539
X1	5.103	.000
X2	5.599	.000

Sumber: Data Primer diolah 2022

1. “Variabel kualitas pelayanan mempunyai t_{hitung} (5,103) > t_{tabel} 1,980448 dan signifikan (0,00) < 0,05. Maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan”.
2. “Variabel kualitas produk t_{hitung} (5,599) > t_{tabel} 1,980448 dan signifikan (0,000) < 0,05. Maka variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan”.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.843 ^a	.711	.706

Sumber: Data Primer diolah 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai (R) adalah 0,843. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,711 dan Adjusted R-squared sebesar 0,706. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 0,706 atau 70,6%.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Shifa Olshop

Pelayanan yang berkualitas yang selalu dikedepankan oleh Butik Shifa Olshop, mampu menunjang rasa puas yang dirasakan oleh konsumen yang berbelanja seperti menjaga respon yang sigap, cepat dan tanggap dari staff butik shifa olshop. Begitu juga mampu memberikan kenyamanan dari staff yang mampu diandalkan dalam hal memberikan kualitas terbaik pada pelanggan. Hal ini tentunya memberikan pengaruh besar maupun kecil akan kepuasan yang didapatkan pelanggan. Hasil analisis koefisien regresi diperoleh X_1 sebesar 0,594. Artinya jika kualitas produk nol maka pelayanan yang berkualitas juga akan meningkat dengan kepuasan pelanggan dalam satuannya sebesar 0,594. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Tentu saja dapat diterjemahkan: semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi keputusan pembelian. Variabel kualitas layanan. Nilai t_{hitung} (5,103) > t_{tabel} 1,980448 yang signifikan (0,00) < 0,05. Maka hal ini dapat dikatakan adanya nilai terpisah atau parsial pada layanan yang berkualitas mampu secara positif mempengaruhi rasa puas kepada pelanggan butik shifa olshop serta signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Peoduk terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Shifa Olshop

Pelanggan pasti akan merasa yakin bahwa mereka akan puas dengan mempertahankan karakteristik produk dan menjaga kinerja dan kualitas produk yang mereka gunakan secara maksimal. Hasil dengan faktor regresi $X_2 = 0,833$ artinya jika kualitas pelayanan nol maka kualitas produk dalam keputusan pembelian meningkat sebesar 0,833 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk thitung (5,599) > ttabel 1,980448 dan signifikan (0,000) < 0,05. Maka hal ini dapat dikatakan adanya nilai terpisah atau parsial pada barang ataupun produk yang berkualitas mampu secara positif mempengaruhi rasa puas kepada pelanggan butik shifa olshop serta signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan dari butik shifa olshop karena adanya kesiapan dari staff yang mau dan hadir melayani setiap pelanggan. Kemauan dalam memberikan pemahaman terkait produk yang akan dibeli pelanggan justru mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal memberikan kualitas pelayanan yang unggul. Sikap sigap yakni cepat dan tanggap berhasil memberikan nilai terpisah atau parsial pada pelayanan yang

berkualitas mampu secara positif mempengaruhi serta signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

2. Produk tentunya mempengaruhi kepuasan pelanggan dari sisi kemampuan dari barang yang dijual oleh Butik Shifa mampu menghadirkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Spesifikasi barang juga sesuai dengan harapan konsumen melalui fitur penggunaan produk dan komposisi kualitas produk yang terjamin memiliki daya tahan yang sangat baik. Hal tersebut tentunya memberikan nilai terpisah atau parsial pada produk yakni barang yang berkualitas mampu secara positif mempengaruhi rasa puas kepada pelanggan serta signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

1. Butik Shifa Olshop harus selalu memperhatikan toko dan karyawan serta selalu memahami hal yang menjadi keinginan pelanggan. Untuk melayani para customer dengan lebih baik lagi, pemilik usaha menciptakan kepuasan tersendiri bagi pelanggan saat mereka berbelanja. Tidak hanya itu, produk yang baik dan terjaga secara kualitas harus tetap dipertahankan agar mampu mempertahankan kepuasan yang diterima konsumen. Hal ini memberikan efek domino dan besar untuk mampu

- meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi pihak Butik Shifa Olshop diharapkan agar faktor-faktor lain dapat dipertimbangkan dalam memengaruhi kepuasan konsumen akan produk Butik Shifa Olshop. Karena terdapat 29,4% faktor yang tidak disebutkan kecuali Variabel Independen yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Selain dari kedua variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk kedepannya mampu memberikan peningkatan secara maksimal akan kepuasan pelanggan dan peningkatan akan penjualan produk.
 3. Agar peneliti selanjutnya dapat menggunakan survei ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, kembangkan variabel yang lebih luas, terutama terkait dengan servicecape, variabel brand image mengenai niat beli, atau harga, promosi, kemudahan secara online atau layanan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. 1(2), 83–101.
- Baiti, M. 2018. Pengaruh lokasi, harga dan fasilitas hotel terhadap keputusan menginap pelanggan. 47–58.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9; Prayogo, ed.).
- Khadijah, S.A dan Dianasari, I. A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Di Rsud Ibnu Sina Kabupaten Gresik. 07, 220–235.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2012. Manajemen Pemasaran, edisi 15 Jilid 1. Jakarta. Erlangga*
- Oetama, S. 2017. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit. (2001), 59–65.
- Relitania, S. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel harmoni Batam.
- Riyanto, A. 2018. Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi Andi. *Ecodemica*, 2(1).
- Setyo, P. E. 2017. Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Manajemen*, 1, 755–764.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian kualitatif, kuantitati, dan R&D. Bandung.
- Sutisna.2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya