

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Sumber Rejeki Teknik Sukses

Ika Khotimah¹, Henny Armaniah.²

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}

Jl. Kamal Raya No.18, Kec. Cengkareng, Kota Jakarta Barat Email:
ikakhotimah9@gmail.com¹, henny.hah@bsi.ac.id²

Submit: 19-09-2025	Revisi: 23-09-2025	Terima 28-09-2025	Terbit Online: 10-10-2025
-----------------------	-----------------------	----------------------	------------------------------

ABSTRAKSI

Abstrak - Persaingan bisnis menuntut perusahaan untuk menjaga kualitas pelayanan dan produk agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. CV Sumber Rejeki Teknik Sukses yang bergerak di bidang layanan perbaikan dan pembuatan komponen mesin dengan menggunakan teknik bubut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses. Metode penelitian yang digunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 62 pelanggan, dengan sampel yang di tarik 62 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses. Hasil diperoleh dari t hitung $-0.820 >$ dari t tabel 1.2960 dengan sig $0.416 > 0.05$. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses. Hasil diperoleh dari t hitung $9.130 >$ dari t tabel 1.2960 dengan sig $0.000 < 0.05$. Secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV Sumber Rejeki Teknik Sukses. Hasil diperoleh dari nilai f hitung $420.222 >$ dari f tabel 3.15 dan signifikan sebesar $0.000 < 0.05$.
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Abstracts - Business competition requires companies to maintain the quality of services and products in order to increase customer satisfaction. CV Sumber Rejeki Teknik Sukses which is engaged in repair services and manufacturing machine components using lathe techniques. The purpose of this study is to determine the influence of service quality and product quality on customer satisfaction on CV. A Source of Success Techniques. The research method used is a quantitative method with data collection techniques using observation, questionnaires, interviews, and literature studies. The population in this study was 62 customers, with a sample of 62 respondents. The result of this study is that the quality of service partially does not have a positive and significant effect on customer satisfaction in CV. A Source of Success Techniques. The results were obtained from t calculated $-0.820 >$ from t table 1.2960 with a sig of $0.416 > 0.05$. Product quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction in CV. A Source of Success Techniques. The results were obtained from t calculation $9,130 >$ from t table 1.2960 with sig $0.000 < 0.05$. Simultaneously, the quality of service and product quality had a significant effect on customer satisfaction in CV Sumber Rejeki Teknik Sukses. The results were obtained from the value of f calculated $420,222 >$ from f table 3.15 and significant of $0.000 < 0.05$.
Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk menjaga keberlangsungan perusahaan.

Kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk menurut (Kotler, 2021), perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan serta menjaga mutu produk secara konsisten akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

CV Sumber Rejeki Teknik Sukses yang bergerak di bidang perbaikan dan pembuatan komponen mesin menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Data Penjualan Bulan Oktober 2024 – Maret 2025

Bulan	Pelanggan Baru	Ro	Total Pelanggan	Total Terjual Perbulan
-------	----------------	----	-----------------	------------------------

Oktober	34	25	59	Rp80.640.000
November	23	27	60	Rp132.984.000
Desember	30	31	61	Rp74.480.000
Januari	25	32	57	Rp73.850.000
Februari	32	30	62	Rp94.410.000
Maret	27	28	55	Rp. 69.400.000

Sumber : (Data Perusahaan, 2025)

Data penjualan periode Oktober 2024 hingga Maret 2025 menunjukkan fluktuasi yang cukup tajam, menandakan bahwa meskipun perusahaan mampu menarik pelanggan baru, tingkat loyalitas masih rendah.

Tabel 2. Hasil Prasurvei Data Kualitas Pelayanan

Pernyataan	YA	TIDAK
Staf atau teknisi bengkel bersikap ramah dan responsif dalam melayani pelanggan	18	14
Waktu penyelesaian pekerjaan sesuai dengan estimasi yang diberikan diawal	12	20
Proses pelayanan berjalan lancar dan tidak berbelit-belit.	14	18
Mekanik CV Sumber Rejeki Teknik Sukses melayani Anda dengan ramah dan sopan	19	13
Apakah Anda mendapatkan penjelasan yang jelas dari pihak CV Sumber Rejeki Tehnik Sukses terkait kerusakan dan perbaikannya	15	17

Sumber: (Data diolah, 2025)

Tabel 3. Hasil Prasurvei Data Kualitas Produk

Pernyataan	YA	TIDAK
Hasil bubutan dari CV Sumber Rejeki Teknik Sukses memiliki tingkat presisi yang tinggi.	15	17
Kualitas material atau bahan yang digunakan dalam proses bubut sesuai dengan harapan saya.	13	19
Produk bubutan yang saya terima memiliki daya tahan yang baik dan jarang mengalami kerusakan.	15	17
Apakah produk yang dipasang di kendaraan saya berfungsi dengan baik setelah perbaikan.	16	16

Sumber: (Data diolah, 2025)

Hasil prasurvei juga memperlihatkan adanya kelemahan, baik aspek pelayanan maupun produk. Dari sisi pelayanan, ketidak sesuaian waktu penyelesaian, proses yang kurang efisien, dan penjelsan teknisi yang belu jelas menjadi keluhan utama. Sementara dari sisi produk, sebagian pelanggan menilai hasil bubutan kurang presisi, kualitas bahan baku belum optimal, serta daya tahan produk masih dipertanyakan.

Fenomena ini menegaskan pentingnya penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, agar perusahaan dapat mengetahui faktor dominan yang

perlu diperbaiki serta menyusun strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan untuk membangun loyalitas pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan yang dilakukan oleh satu pihak pada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak membentuk kepemilikan apapun. Kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan mereka. Menurut (Majid et al., 2021). Pendapat lain menyatakan bahwa "Layanan adalah segala bentuk tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun" (Wibowati, 2021), sedangkan menurut (Bogum et al., 2024) "Kualitas layanan merujuk pada semua jenis kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan".

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam (Shafyra et al., 2024) dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangibles*)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, dan hal yang spesifik bahwa kualitas dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan.
2. Keandalan (*Reliability*)
Kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, tepat, dan memuaskan. Hal ini bahwa perusahaan menawarkan layanannya untuk pertama kalinya yang berarti bahwa perusahaan diluar yang memenuhi janjinya mereka.
3. Jaminan (*Assurance*)
Mencakup pengertian, keterampilan, etika, dan karakter dapat diandalkan yang dimiliki oleh karyawan, terhindar dari bahaya, risiko, atau ketidakpastian.
4. Empati (*Emphaty*)
Yang memberikan perhatian tulus yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berusaha memahami harapan mereka, dimana perusahaan diharapkan memiliki pemahaman dan wawasan mengenai pelanggan, mengetahui kebutuhan secara detail, serta menyediakan waktu layanan yang nyaman bagi konsumen.
5. Daya tanggap (*Responsiveness*)
Tentang cara perusahaan menyediakan layanan yang cepat tanggap terhadap setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi persyaratan, harapan, dan aspirasi konsumen. Secara umum, produk berkualitas tinggi

tahan lama, berkinerja baik, memiliki penampilan yang menarik, dan tunduk pada spesifikasi atau standar tertentu. “Kualitas produk merupakan sebuah karakteristik yang menggambarkan produk atau jasa yang di pengaruhi oleh sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan konsumen” (Natalia et al., 2023).

Pendapat lain menyatakan “Kualitas produk adalah pemahaman subjektif dari produsen apa yang disediakan sebagai upaya untuk mencapai tujuan organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen sesuai dengan kemampuan organisasi dan belanja pasar” (Fauzyah et al., 2021).

Dimensi Kualitas Produk

Menurut (Brama Kumbara, 2021) ada beberapa dimensi kualitas produk diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Performance (kinerja)
Mengenai elemen fungsional utama dari hasil akhir.
2. Durability (daya tahan)
Yang mengacu pada seberapa lama atau usia dari produk tersebut bertahan sebelum produk itu perlu diganti. Semakin tinggi tingkat penggunaan oleh konsumen terhadap produk, maka semakin lama pula masa pakai produk tersebut.
3. Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)
Tingkat kepuasan dengan fungsi utama suatu produk ditentukan oleh apakah memenuhi persyaratan spesifik pembeli atau tidak melibatkan kerusakan.
4. Features (fitur)
Adalah elemen yang dirancang untuk meningkatkan penggunaan produk atau membuat pembelian lebih menarik terhadapnya.
5. Reliability (Keandalan)
Kemampuan produk untuk berfungsi dengan baik atau sebaliknya dalam kerangka waktu tertentu disebut “kemungkinan” kesempatan bahwa suatu produk akan bekerja dengan benar atau sebaliknya. Jika kemungkinan kerusakan semakin rendah, maka produk tersebut dapat dipercaya.
6. Perceived quality (kesan kualitas)
Sering dinyatakan bahwa metode pengukuran diambil secara tidak langsung, karena mungkin ada kurangnya pemahaman atau pengetahuan diantara pelanggan tentang produk.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian tentang perasaan konsumen setelah menggunakan barang atau jasa. Jika kinerja barang atau jasa sesuai atau melebihi harapan, konsumen merasa puas.

Menurut (Astuti & Lutfi, 2020) “kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai pemenuhan ekspektasi pelanggan terhadap barang atau jasa yang mereka inginkan”. Sedangkan menurut (Bagas Adi Pangestu et al., 2024) “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian yang berkaitan dengan

apakah pilihan yang diambil melebihi ekspektasi atau tidak. Sebaliknya, tidak puas muncul ketika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan.”

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kasinem, 2020) beberapa dimensi kepuasan pelanggan diantaranya adalah :

1. Kesesuaian Harapan
Kesesuaian harapan adalah seberapa baik kinerja produk yang diinginkan oleh pelanggan sesuai dengan pengalaman yang dirasakan oleh mereka.
2. Minat Berkunjung Kembali Keinginan untuk kembali berkunjung adalah kemauan untuk kembali mengunjungi atau membeli lagi produk yang bersangkutan.
3. Kesiediaan Merekomendasikan Kesiediaan untuk merekomendasikan adalah tingkat keinginan pelanggan untuk menyarankan layanan produk kepada teman maupun keluarga.

Bagian ini menjelaskan bagaimana topik riset dipelajari secara teknis. Teknis penelitian di deskripsikan dengan jelas serta menggunakan sitasi apabila diperlukan.

Penelitian Yang Relevan

Tabel 4. Penelitian Relevan

Peneliti	Judul
(Mirna, Baharuddin & Imanudin, 2020)	Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko novia di pusat grosir butung makasar
(Yunike, Dovina, & Franciscus, 2024)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan M-banking kb star terhadap kepuasan nasabah PT Bank KB bukopi Tbk cabang bekasi
(Julian Mega, 2021)	Pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di manado
(Febi, Hadita, & Siti Komariah, 2024)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada catering ArRisah di kota bekasi
(Reza, Khairul, & Komarudin, 2024)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap

	kepuasan konsumen pada PT Air mas perkasa.
(Lauren, Ardiyanto, & Theresia, 2024)	Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan personal selling terhadap kepuasan pelanggan toko besi dan kaca “santa” Yogyakarta.

Sumber: (data penelitian, 2025)

Hipotesis

1. Hipotesis 1 (H₁) :

H₀₁ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses.

H_{a1} : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses.

2. Hipotesis 2 (H₂) :

H₀₂ : Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses.

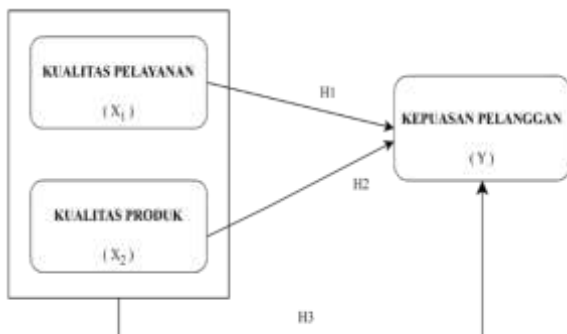
H_{a2} : Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses.

3. Hipotesis 3 (H₃) :

H₀₃ : Kualitas pelayanan dan Kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses.

H_{a3} : Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses.

Kerangka Berpikir



Sumber: (Data Penelitian,2025)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi sebanyak 62 pelanggan CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses yang seluruhnya dijadikan sampel

penelitian (sampel jenuh). Objek penelitian beralamat di Jln. Bidara Raya No.18B RT 15 / Rw 04, Pejagalan-Kec. penjararingan, Jakarta Utara. Studi ini dijalankan dalam kurun waktu 3 bulan mulai dari April-juni 2025. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan software IBM SPSS 25.

Teori Pengujian :

Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021) “Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner itu sah atau tidak. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat mencerminkan hal yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut”. Suatu alat disebut valid jika alat tersebut bisa mengukur apa yang seharusnya diukur sesuai dengan tujuan penelitian. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson (Correlation Product Moment).

Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2021) “Uji Reliabilitas digunakan untuk menilai keberadaan data yang sudah dikumpulkan lewat kuesioner. Reliabilitas adalah alat yang jika dipakai berulang kali untuk menilai objek yang serupa, akan memberikan hasil data yang serupa. Respon yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan bersifat stabil atau konsisten dari waktu ke waktu”.

Uji Asumsi Klasik

Dalam studi kuantitatif, pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting untuk melaksanakan analisis. Jika syarat-syarat pengujian tertentu tidak terpenuhi, maka analisis kuantitatif tidak dapat dilaksanakan. Pengujian yang dimaksud meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai metode analisa. Teknik ini digunakan dalam mengukur pengukuran variabel independent yang terdiri dari Kualitas pelayanan (X₁), Kualitas Produk (X₂) terhadap variabel terkait (Y) yakni Kepuasan Pelanggan. Menurut (Sudariana & Yoedani, 2022) “Regresi Linear Berganda merupakan sebuah model regresi linear yang melibatkan lebih dari satu variabel independen atau prediktor”.

Uji T

Menurut Sugiyono dalam (Syamsuri et al., 2021) “Uji t atau pengujian parsial merupakan sebuah metode yang bertujuan untuk menilai apakah variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan secara khusus terhadap variabel dependen”. Metode ini juga digunakan untuk menguji signifikansi dari koefisien korelasi, yang membantu memahami sejauh

mana hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) melalui koefisien korelasi yang digunakan.

Uji F

Menurut Sugiyono dalam (Syamsuri et al., 2021) “Uji ini dipakai untuk menentukan apakah kedua variabel independen secara bersamaan memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen”. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah kedua variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

“Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R² ini adalah antara nol dan satu. Ketika nilai R² mendekati satu, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih kuat atau lebih besar”. (Setiawan & Frianto, 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data penelitian yang telah diolah, maka dapat digunakan untuk menguraikan hasil statistika penelitian yang terdiri dari uji instrumen, uji asumsi klasik, Uji Regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

R Hitung X1	R Hitung X2	R Hitung Y	R Tabel	Ket
0.875	0.887	0.837	0.250	Valid
0.902	0.906	0.891	0.250	Valid
0.852	0.902	0.896	0.250	Valid
0.823	0.879	0.897	0.250	Valid
0.875	0.890	0.872	0.250	Valid

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Uji validitas seluruh variabel pada penelitian dianggap valid yaitu jika r hitung > r tabel maka dapat di katakan semua indikator dari setiap variabel dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Ket
X1	0,988	20	Reliabel
X2	0,990	24	Reliabel
Y	0,975	12	Reliabel

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Uji validitas seluruh variabel pada penelitian ini baik variable independen maupun variabel dependen dilakukan pengujian pada SPSS dengan teknik cronbach's alpha yang apabila hasilnya lebih dari 0,70 maka data dinyatakan reliabel. Maka hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini adalah semua instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

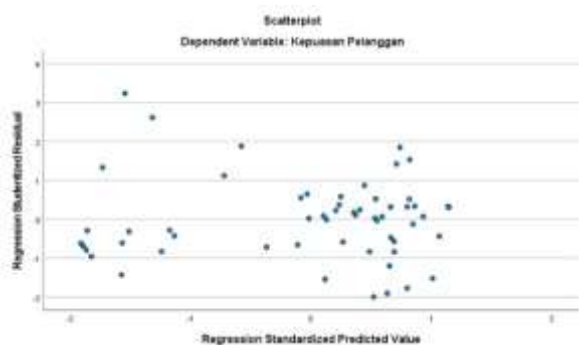
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi mengikuti sebaran normal atau tidak. Model Regresi yang baik adalah model dimana residualnya mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan dalam menguji normalitas adalah dengan grafik histogram dan normal Q-plot, serta uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Residual model dikatakan mengikuti distribusi normal apabila data pada grafik histogram mengikuti garis normal, dan sebaran data pada grafik normal Q-plot terletak disekitar garis diagonal, serta nilai signifikansi uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* > 0,05. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual	
N		62	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.98346994	
Most Extreme Differences	Absolute	.130	
	Positive	.130	
	Negative	-.072	
Test Statistic		.130	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.155	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.103	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.083
		Upper Bound	.079

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

2. Uji Heterokedasitas



Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Gambar 2. Hasil Uji Scatterplot

Dari hasil uji dengan grafik *scatter plot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam regresi ini.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1 (Constant)	3.552	1.428		2.488	.016	
Kualitas Pelayanan	-.054	.066	-.095	-.820	.416	8.938
Kualitas Produk	.505	.055	1.057	9.130	.000	1.183

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai VIF 8.938 < 10 dan nilai Tolerance Value 0,183 > 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas atau tidak adanya kolerasi hubungan antara kualitas pelayanan X₁ dan kualitas produk X₂.

Analisa Regresi Liner Berganda

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.552	1.428			2.488	.016
	Kualitas Pelayanan	-.054	.066	-.095		-.820	.416
	Kualitas Produk	.505	.055	1.057		9.130	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

hasil analisis regresi linear diperoleh koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0.054 untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0.505 dengan konstanta sebesar 3.552 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 3.552 - 0.054 X_1 + 0.505 X_2$$

Uji T

Tabel 10. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.552	1.428			2.488	.016
	Kualitas Pelayanan	-.054	.066	-.095		-.820	.416

Kualitas Produk	.505	.055	1.057	9.130	.000
-----------------	------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dilihat dari tabel *coefficients* diperoleh nilai t hitung -0.820 yang artinya t hitung > t tabel (-0.820 > 1.2960) dengan signifikan 0.416 > 0,05. Maka dapat dinyatakan Ho₁ diterima dan Ha₁ ditolak. Artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dan variabel Kualitas Produk (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dilihat dari tabel *coefficients* diperoleh nilai t hitung 9.130 yang artinya t hitung < t tabel (9.130 > 1.2960) dengan signifikan 0.000 < 0,05. Maka dapat dinyatakan Ho₂ ditolak dan Ha₂ diterima. Artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12931.186	2	6465.593	420.222	.000 ^b
Residual	907.782	59	15.386		
Total	13838.968	61			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, ditunjukan bahwa fhitung sebesar 420.222 > ftabel sebesar 3,15 dan signifikansi sebesar 0.000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ho₃ ditolak dan Ha₃ diterima. Dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan pada CV Sumber Rejeki Teknik Sukses.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.967 ^a	.934	.932	3.923

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : (Data Penelitian, 2025)

Pembahasan

1. Ho1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Sumber Rejeki Teknik Sukses. Hasil tersebut diperoleh dari hasil t hitung sebesar $-0.820 < \text{dari } t \text{ tabel } 1.2960 \text{ dengan sig } 0.416 > 0,05$. Artinya, meskipun perusahaan telah memberikan pelayanan yang tergolong baik, upaya pelayanan tersebut belum cukup mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik operasional CV. Sumber Rejeki Tehnik Sukses yang lebih berfokus pada penyediaan produk teknik dan manufaktur, di mana pelanggan lebih mengutamakan daya tahan dan kualitas produk dibandingkan aspek pelayanan seperti keramahan atau kecepatan respon. Selain itu, karena perusahaan berada di sektor teknik, sebagian besar interaksi bersifat transaksional dan teknis, bukan relasional. Hal ini menyebabkan faktor pelayanan tidak menjadi prioritas utama dalam mempengaruhi persepsi kepuasan. Dengan demikian, perusahaan perlu lebih menekankan pada penguatan kualitas produk dan keandalan teknis, sementara aspek pelayanan dapat tetap dijaga namun tidak dijadikan tumpuan utama dalam strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Laurentius Dian Ardiyanto, Theresia Pradiani, Fatthorrahman, 2024) Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Besi dan Kaca "Santa" Yogyakarta. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uji T yang dilakukan menunjukkan bahwa X1 (Kualitas Pelayanan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan), dikarenakan nilai sig $0,416 > \text{dari } 0,05$. Dengan nilai T hitung $-0,820 > \text{dari } T \text{ tabel } 1,2960$. Dengan ini dapat disimpulkan H_{01} di terima dan H_{a1} ditolak dan X2 (Kualitas Produk) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dikarenakan nilai sig $0.000 < \text{dari } 0,05$. Dengan nilai T hitung $9,130 > \text{dari } T \text{ tabel } 1,2960$. Dengan ini dapat disimpulkan H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Berdasarkan tabel diatas F hitung $> \text{besar dari } F \text{ tabel}$ dimana F hitung memiliki nilai 420,222 dan F tabel sebesar 3,15 dengan nilai signifikan $0,000 < \text{lebih kecil dari } 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X dan Y secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan.

2. Ha2 : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Sumber Rejeki Teknik Sukses. Hasil tersebut diperoleh dari hasil t hitung sebesar $9.130 > t \text{ tabel } 1.2960 \text{ dengan sig } 0.000 > 0,05$. Artinya, semakin

baik kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Temuan ini selaras dengan kondisi perusahaan yang bergerak di bidang teknik dan manufaktur, di mana pelanggan umumnya lebih menitikberatkan pada aspek daya tahan, fungsionalitas, dan keandalan produk. Produk-produk yang dipasarkan oleh CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses digunakan untuk kebutuhan industri atau usaha, sehingga konsumen sangat memperhatikan kualitas teknis dan ketahanan produk dalam jangka panjang. Oleh karena itu, fokus perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan mutu produk merupakan langkah yang tepat dan perlu terus dikedepankan sebagai strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Febi Rahmawati, Hadita, Neng Siti Komariah, 2024) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Catering Ar-Risalah di Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Ha3 : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Sumber Rejeki Teknik Sukses. Hasil tersebut diperoleh dari nilai f hitung sebesar $420.222 > f \text{ tabel}$ sebesar 3.16 dan signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Artinya, secara bersama-sama kedua variabel tersebut memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks operasional perusahaan, temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara mutu produk yang andal dan pelayanan yang memadai menjadi kunci penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Meskipun kualitas produk menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian, pelayanan yang baik tetap berperan penting sebagai penunjang kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat relevan bagi CV. Sumber Rejeki Teknik Sukses yang bergerak di bidang teknik dan manufaktur, di mana pelanggan tidak hanya membutuhkan produk berkualitas, tetapi juga dukungan pelayanan yang responsif dan profesional. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara peningkatan kualitas produk dan perbaikan kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi peningkatan kepuasan dan retensi pelanggan.

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yunike Ifani, Dovina Navanti, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, 2024) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan M-Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopi Tbk Cabang Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa hasil hipotesis yang diajukan didukung secara analisis sebagai berikut :

1. Terdapat tidak berpengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Sumber Rejeki Teknik Sukses.
2. Terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada CV Sumber Rejeki Teknik Sukses.
3. Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Sumber Rejeki Teknik Sukses.

4.2 Saran

1. CV. Sumber rejeki teknik Sukses disarankan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap aspek-aspek pelayanan guna meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.
2. CV Sumber Rejeki Teknik Sukses harus fokus pada peningkatan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain yang mungkin berdampak pada kepuasan pelanggan seperti harga, promosi, citra merek atau tingkat kepercayaan pelanggan

REFERENSI

- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132–144. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i2.64>
- Bagas Adi Pangestu, V., Anindita Hayuningtias, K., & Stikubank Semarang, U. (2024). The Influence Of Product Quality, Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1349–1359. <https://doi.org/http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Bogum, B., Supranoto, S., & Negoro, A. H. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tolikara. *SRODJA : Sroedji Journal Administration*, 1(1), 12–20. <https://doi.org/10.70079/srodja.v1i1.8>
- Brama Kumbara, V. (2021). DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Fauzyah, S. N., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Amel Pondok Gede Kota Bekasi. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 181–189.
- Ghozali. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE* (10th ed.). undip.
- Kotler, P. (2021). *Marketing Management* (Global Edi).
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Management, and Business Research*, 2(1), 214–226. <https://doi.org/www.jember.umla.ac.id>
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). PERAN CITRA MEREK KUALITAS PRODUK DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN SHOES (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2414–2428. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>
- Shafyra, S., Aunalal, Z. I., & Nunumete, L. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Puskesmas Nania Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 229–238.
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Syamsuri, A. R., Anggraini, C. W., Pratiwi, D. P., Afriliana, S., & Maissy. (2021). Jurnal bisnis mahasiswa. *Bisnis Mahasiswa*, 9, 215–224. <https://doi.org/jurnalbisnismahasiswa.com>
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>