



Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Toko Ud. Ulfa Husna Jaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Transaksi Jual Beli Peralatan Bangunan Di Desa Dah Aceh

Rediansyah Saranan*, Zainarti

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Kata Kunci

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Pelanggan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna Analisis kualitas pelayanan dan kualitas produk toko UD. Ulfa Husna Jaya terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yakni penelitian dengan menggunakan data dalam proses penyelesaiannya, karakteristik penelitian ini peneliti berfungsi sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode seperti analisis data, wawancara, dan observasi. Hasil datanya akan dijelaskan berdasarkan temuan dilapangan. Dan metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yakni penulis menyampaikan fakta dan fenomena dengan mendeskriptifkan hasil yang diperoleh di lapangan. Adapun hasil uji t (Uji Parsial) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian. Kemudian berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian.

Keywords

Keywords: Keywords: Service Quality, Products and Customer Satisfaction

Abstract

This study aims to analyze service quality and product quality at UD stores. Ulfa Husna Jaya on customer satisfaction in buying and selling transactions for building and agricultural equipment in Dah Village, Rundeng District, Subulussalam City, Aceh. This research is a quantitative research, namely research using data in the process of completion, the characteristics of this research are researchers functioning as the main instrument in data collection. This study uses methods such as data analysis, interviews, and observation. The results of the data will be explained based on the findings in the field. And the method in this study uses a quantitative descriptive method, namely the author conveys facts and phenomena by describing the results obtained in the field. The results of the t test (Partial Test) show that service quality has a partial and significant effect on customer satisfaction in buying and selling transactions of building and agricultural equipment. Then, based on the test results, it shows that service quality and product quality have a simultaneous or joint and significant effect on customer satisfaction in the buying and selling of building and agricultural equipment.

Rediansyah Saranan, Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
Email : rediansyahsaranan@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i2.346>

History Artikel:

Received: 30 Mei 2023 | Accepted: 30 Juni 2023

PENDAHULUAN

Saat ini, pertumbuhan ekonomi global yang lebih maju memberikan dampak yang besar, terutama pada dunia usaha. Pertumbuhan perusahaan baik kecil maupun besar menyebabkan peningkatan bisnis sejenis, yang mengakibatkan persaingan yang semakin sengit. Akibatnya, bisnis harus dapat menawarkan pelanggan sesuatu yang bernilai dan membuat kesan pertama yang baik. Konsumen dipengaruhi oleh berbagai hal, termasuk kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan berkualitas tinggi yang akan memuaskan pelanggan (Gede & Sudarta, n.d.).

Ketika pasar menjadi lebih terbuka di era globalisasi, jumlah dan variasi barang dan jasa yang bersaing dalam satu pasar meningkat. Karena keterbukaan pasar, jumlah dan keragaman barang dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin berkembang di era globalisasi. Maka penyedia barang harus memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan. Oleh karenanya dengan ini seluruh konsumen, yang meliputi nilai produk, nilai layanan, nilai pribadi, dan nilai citra dan total biaya konsumen, yang meliputi biaya moneter, biaya waktu, biaya energi, dan biaya berpikir, dapat mengalami peningkatan sesuai dengan kualitas yang diberikan (Kotler, 2000: 50).

Ide demikian didirikan untuk mencapai tujuan penyebaran informasi tentang kinerja perusahaan secara global karena dari perspektif teknik, bidang penjualan memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan pelanggan. Sementara itu, pengguna informasi memiliki berbagai tujuan. Ada dua teori yang dapat diterapkan untuk mendongkrak kepuasan pelanggan: satu keuntungan untuk beberapa tujuan atau berbagai tujuan untuk keuntungan yang beragam. Pengusaha di bidang perdagangan akan terdorong untuk bersaing dengan memberikan keunggulannya seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen (Baruwadi et al., n.d.).

Strategi perusahaan untuk mencapai keunggulan berkelanjutan, baik sebagai pemimpin pasar maupun sebagai strategi untuk terus tumbuh, sangat menekankan penerapan kualitas sebagai karakteristik presentasi atau kinerja produk. Keandalan dan kualitas tinggi akan tertanam dalam ingatan pelanggan. Semua operasi perusahaan pada akhirnya bermuara pada seberapa banyak konsumen akan menilai tingkat kebahagiaan yang mereka rasakan. Tingkat kepuasan seseorang ditentukan dengan membandingkan kinerja produk atau jasa yang mereka terima dengan apa yang telah mereka antisipasi (Kotler, 2009).

Pelayanan yang baik akan mempengaruhi perilaku kepuasan terhadap pelanggan, untuk itu

peralatan bangunan dan pertanian tidak begitu saja dibeli oleh masyarakat sebagai konsumen tanpa memperhitungkan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pilihannya. Proses suatu kepuasan pada pelanggan juga mencakup tahap yang dikenal sebagai perilaku pasca pembelian dan tidak hanya berakhir dengan selesainya suatu transaksi (Ghufrony, 2015). Konsumen akan mengalami beberapa tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan pada titik ini, yang akan mempengaruhi perilaku mereka ke depan. Pelanggan yang senang dengan suatu produk atau perusahaan lebih cenderung merekomendasikannya kepada orang lain dan akan merasa puas terhadap suatu barang dan jasa akan cenderung berkata baik pula (Kotler, 2008).

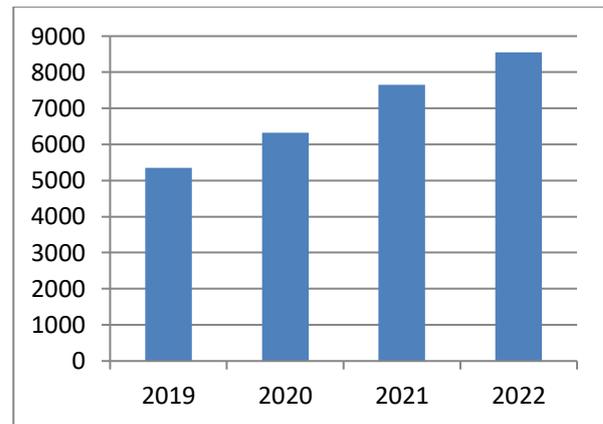
Begitu pula dengan kualitas pelayanan yang diberikan toko UD. Ulfa Husna Jaya terhadap kepuasan pelanggan maka pelayanan yang diberikan oleh UD. Ulfa Husna Jaya akan mempengaruhi bagaimana kepuasan yang akan dirasakan oleh pelanggan dan karyawan, apabila pelayanan yang dilakukan baik maka hal ini akan membuat pelanggan merasa puas melakukan transaksi dan sebaliknya apabila pelayanan yang dilakukan kurang atau bahkan tidak baik maka pelanggan akan mengalami ketidakpuasan. Ketidakpuasan ini akan terlihat dengan perilaku dan ucapan yang diberikan pelanggan kepada masyarakat lainnya, jika mereka puas maka akan merekomendasikan untuk membeli dan melakukan transaksi di UD. Ulfa Husna Jaya maka apabila mereka tidak puas pelanggan tidak melakukan transaksi lagi dan tidak merekomendasikan kepada masyarakat lainnya. Begitu juga dengan kualitas produk yang ada di toko UD Ulda Husna Jaya.

Penelitian ini sebenarnya membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan pihak toko UD. Ulfa Jaya akan mempengaruhi kepuasan terhadap pelanggan yang datang serta adanya kualitas produk yang baik akan mempengaruhi juga terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin baik dan berkualitas produk yang ada akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yang datang. Hal ini sesuai dengan penelitian Eduardo Torres et al. (2008) kepuasan pelanggan terhadap produk anggur dipengaruhi secara berbeda sesuai dengan kualitas bahan yang diberikan terhadap hasil pembuatan wine anggur. Kemudian penelitian (Sumarni & D., 2021) menyatakan bahwa analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Gapoktan Maju Bersama dengan metode *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* menunjukkan empat hasil uji hipotesis. Hasil uji ke empat hipotesis menunjukkan menolak H₀. Berbeda dengan penelitian yang akan penulis lakukan, penelitian yang akan penulis lakukan

menunjukkan kualitas pelayanan dan juga kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan toko bangunan di UD Ulfa Husna Jaya Aceh.

Sementara penelitian (Made et al., 2015) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan digambarkan sebagai emosi kebahagiaan atau ketidakpuasan yang dialami seseorang setelah mengevaluasi keefektifan (hasil) berbagai item dibandingkan dengan keefektifan (hasil) yang diantisipasi, tetapi penelitian penulis kepuasan pelanggan menggambarkan kebahagiaan dan kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang diberikan toko UD Ulfa Husna Jaya kepada para konsumen. Kemudian (Triannah et al., 2017) mengemukakan hasil penelitiannya menggambarkan bahwa variabel kualitas produk memiliki dampak yang besar terhadap loyalitas dan kebahagiaan konsumen. Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan keduanya secara signifikan dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan, meskipun efek ini tidak signifikan secara statistik maka hal ini juga memperkuat penelitian penulis bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik serta dorongan kualitas produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif. Penelitian (Riyadin, 2019) juga menyatakan bahwa apabila pelayanan dilakukan oleh pemilik usaha dengan menggunakan cara dan metode yang akurat serta sesuai dengan prosedur hal demikian akan meningkatkan sebuah kepuasan pada pelanggan hal ini bisa dilakukan dengan cara memperhatikan kualitas produk yang akan diberikan kepada para konsumen sehingga kepuasan pelanggan akan dipengaruhi juga dari kualitas produk yang diberikan. Selanjutnya penelitian (Wibisono & , 2016) menyatakan bahwa dari hasil uji F yang dilakukan menjelaskan faktor signifikan yang mempengaruhi loyalitas dan kebahagiaan pelanggan adalah kualitas produk. Meskipun dampak ini tidak signifikan secara statistik, variabel kualitas layanan memiliki dampak yang cukup besar baik pada kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan. Maka kualitas yang diberikan sebuah usaha baik pelayanan dan juga produk akan mempengaruhi bagaimana kepuasan pelanggan yang diberikan konsumen.

Berdasarkan survei lapangan pada Toko UD. Ulfa Husna Jaya diketahui bahwasannya kepuasan pelanggan dari 4 tahun terakhir menunjukkan kenaikan yang disebabkan dari kualitas pelayanan, pada tahun 2019 jumlah pembeli 5.345, tahun 2010 jumlah pembeli 6.321, tahun 2021 jumlah pembeli sebanyak 7.654, dan pada tahun 2022 jumlah pembeli sebesar 8.546 maka dengan ini menunjukkan kenaikan pertahun jumlah pembeli barang bangunan yang ada pada Toko UD. Ulfa Husna Jaya maka hal demikian bisa dilihat pada grafik di bawah ini:



Dari grafik di atas dapat dipahami bahwasannya kenaikan jumlah pembeli setiap tahunnya tidak terlepas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD. Ulfa Husna Jaya sehingga pelanggan merasa puas dengan membeli barang bangunan. Dengan demikian kenaikan pembeli ini juga berpengaruh atas kenaikan stok dan gudang penyimpanan. Stok atau persediaan barang pada UD, Ulfa Husna Jaya juga semakin meningkat dan gudang penyimpanan juga diperbesar, hal ini juga sebagai salah satu upaya guna menjaga kualitas pelayanan yang dilakukan untuk pelanggan.

Adapun fungsi persediaan menurut (Heizer dan Render, 2017) adalah 1. Untuk menawarkan berbagai produk untuk memenuhi permintaan klien yang diproyeksikan dan melindungi bisnis dari perubahan permintaan. 2. Membagi banyak langkah dalam proses produksi. 3. Mendapatkan keuntungan dari diskon kuantitas karena membeli dalam jumlah besar dapat menghasilkan biaya pengiriman yang lebih murah. 4. Mencegah kenaikan harga dan inflasi.

Maka peneliti dengan beberapa permasalahan yang ada di dalam UD Ulfa Husna Jaya dan juga penelitian terdahulu di atas tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul analisis kualitas pelayanan toko UD. Ulfa Husna Jaya terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam.

LANDASAN TEORI

Analisis

Kata "analisis" biasanya digunakan saat melakukan investigasi atau meninjau makalah, penelitian, penjelasan, atau kejadian masa lalu. Analisis adalah upaya untuk mengamati sesuatu secara mendalam dengan menggunakan metode tertentu (Septiani et al., 2020).

Analisis diartikan sebagai investigasi (asal-usul, sebab-sebab, sebab-sebab aktual, dan sebagainya) terhadap suatu peristiwa (perbuatan, karangan, dll) untuk mendapatkan fakta yang benar dalam Kamus

Bahasa Indonesia Kontemporer karya Peter Salim dan Yenni Salim (2002).

Kualitas Pelayanan

Bekerja adalah salah satu upaya untuk melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh serta menggerakkan seluruh tenaga, pikiran dan raganya untuk pekerjaannya. Karena bagi seorang muslim bekerja adalah ibadah (Zainarti, 2022).

Menurut (Tjiptono, 2012), kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik suatu layanan dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Lima faktor berikut ini antara lain berdampak:

1) *Assurance*, yaitu berupa kemampuan pegawai untuk menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan terhadap kontrak yang dicapai dengan klien. 2) *Reliability* (Keandalan), yang mencakup kapasitas untuk menangani keluhan klien dengan cara yang dapat dipercaya dan akurat. 3) *Empati*, yang mencakup menawarkan saran atau pemahaman tentang masalah yang dihadapi pelanggan. 4) *Responsif* berarti menawarkan informasi yang jelas dan mudah dipahami. 5) *Tangible* (berwujud), seperti penampilan luar yang rapi dan mesin penunjang pelayanan (Taupik Ismail, 2021).

Kualitas Produk

Kualitas produk mengacu pada kapasitas produk untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan, yang meliputi tingkat ketahanan, ketergantungan, dan kebenarannya. Kualitas barang atau jasa suatu perusahaan harus selalu ditingkatkan karena dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima dan mendorong pembelian ulang.

Kepuasan Pelanggan

Kebahagiaan konsumen mempengaruhi banyak faktor penting, termasuk mendorong loyalitas pelanggan, meningkatkan pengenalan merek, menurunkan elastisitas harga, menurunkan biaya transaksi di masa depan, dan meningkatkan efektivitas dan produktivitas pekerja. Tidak adanya perbedaan antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan sebagai klien, menurut definisi ini, merupakan kepuasan pelanggan. Konsumen merasa puas atau tidak puas apabila kinerja penyedia jasa sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan setelah membandingkan antara harapan dan kinerja (Sholeha et al., 2018).

Kepuasan pelanggan, menurut Kotler dalam Mt. Arief (2007:167), adalah derajat perasaan senang seseorang terhadap kinerja yang sesuai dengan harapannya. Kepuasan, dalam kata-kata Yazid (2008: 55), adalah ruang antara harapan dan pencapaian.

Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, kepuasan meningkat. Jika ekspektasi rendah tetapi kinerja buruk, kepuasan tidak terwujud. Upaya untuk mengurangi kesenjangan ini merupakan dasar dari filosofi kepuasan pelanggan. Jika metode yang digunakan untuk memberikan layanan sesuai dengan persepsi pelanggan, maka pelanggan akan puas.

“Kepuasan pelanggan” didefinisikan sebagai “emosi senang atau kecewa seseorang sehubungan dengan persepsinya terhadap derajat kinerja produk dan jasa nyata atau aktual dengan kinerja sesuai harapan” oleh (Riyani et al., 2021).

Kepuasan pelanggan digambarkan ketika seseorang mengungkapkan tingkat kesenangan mereka dengan suatu produk atau layanan, mereka membandingkan seberapa baik kinerjanya dengan harapan mereka. Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan, fitur produk atau layanan harus dievaluasi. (Caniago, 2022)

Menurut pendapat di atas, maka kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu perusahaan baik dan sesuai dengan keinginan juga harapan konsumen, maka akan menghasilkan kepuasan konsumen. Namun demikian, jika kualitas layanan buruk, pelanggan akan merasa tidak puas. Pelanggan akan memiliki kesan yang baik terhadap bisnis jika mereka menerima layanan berkualitas, yang dapat dicapai melalui peningkatan standar layanan.

Penambahan Stok/Persediaan

Persediaan biasanya merupakan produk utama dalam organisasi perdagangan. “Secara umum, istilah persediaan digunakan untuk menunjukkan barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau digunakan untuk menghasilkan barang yang akan dijual,” Persediaan dalam perusahaan perdagangan didefinisikan sebagai produk yang diperoleh atau dibeli dengan maksud untuk dijual kembali tanpa diubah (Ternando et al., 2018).

Berikut ini adalah alasan mengapa perusahaan menyimpan persediaan, menurut (Listiani & Wahyuningsih, 2019) 1. Menyeimbangkan biaya penyediaan atau pemesanan dengan biaya penyimpanan. 2. Untuk memenuhi harapan konsumen, seperti pengiriman tepat waktu. 3. Untuk mencegah masalah produksi. 4. Sebagai cadangan untuk prosedur produksi yang goyah. 5. Untuk mendapatkan keuntungan dari penawaran seperti diskon saat melakukan pembelian dalam jumlah besar.

Barang-barang di gudang berfungsi sebagai aset lancar dengan meningkatkan modal perusahaan. Sistem ini, yang juga disebut Inventaris, mengelola gudang dan menghasilkan laporan bulanan di neraca bisnis (Sutanto, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yakni penelitian dengan penelitian dengan menggunakan data dalam proses penyelesaiannya, karakteristik penelitian ini ialah dengan peneliti berfungsi sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data, yang merupakan aspek lain dari penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif juga diartikan sebagai penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data supaya bisa digeneralisasikan (Ismawati, 2009).

Desain penelitian ini kemudian memakai jangka pendek. Penelitian ini menggunakan metode seperti analisis data, wawancara, dan observasi. Hasil datanya akan bersifat kualitatif berdasarkan temuan investigasi kuantitatif. Dan sifat metode dalam penelitian ini menggunakan sifat metode deskriptif yakni penulis menyampaikan fakta dan fenomena dengan mendeskriptifkan hasil yang diperoleh di lapangan.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini termasuk kedalam metode sensus. Sugiyono mengatakan bahwa sampel jenuh adalah “teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel yang sering diistilahkan dengan penelitian sensus”(Sugiyono, 2019). Metode penentuan sampel yang digunakan penelitian ini adalah metode sampel jenuh semua anggota populasi yang berjumlah 60 orang digunakan sebagai sampel penelitian.

Adapun teknik analisis data menurut Sugiyono (2019:206) mengatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Maka teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Analisis Regresi Linear Berganda
4. Uji Parsial (Uji t)
5. Uji F (Uji Simultan)
6. Koefisien Determinasi (R²)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Dah Dusun Pinagar Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam, Provinsi Aceh yang terpilih sebagai sampel sebanyak 60 orang. Kemudian responden mengisi atau menjawab questioner yang dibagi oleh peneliti. Di dalam lembar questioner

penulis jelaskan bagaimana proses pengisian juga diberi kolom pengisian identitas. Maka dari hasil questioner ini peneliti dapat meraih hasil penelitian:

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur data yang telah didapat setelah penelitian yang merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Valid artinya data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini pengujian instrument penelitian dilakukan dengan menguji kuesioner yang berisi 20 pertanyaan yang diberikan kepada masyarakat Desa Dah Dusun Pinagar Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam Provinsi Aceh sebanyak 60 orang sebagai pembanding di dalam menguji instrumen penelitian. Hasilnya diolah dengan menggunakan SPSS Versi 22.0 dan kriteria uji validitas dalam penelitian ini adalah

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Table 1.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----|--------------|-------------|------------|
| 1. | 0,605 | 0,2542 | Valid |
| 2. | 0,584 | 0,2542 | Valid |
| 3. | 0,633 | 0,2542 | Valid |
| 4. | 0,549 | 0,2542 | Valid |
| 5. | 0,570 | 0,2542 | Valid |
| 6. | 0,578 | 0,2542 | Valid |

Sumber: (Data diolah dengan SPSS versi 22.0: 2023)

Table 1.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----|--------------|-------------|------------|
| 1. | 0,580 | 0,2542 | Valid |
| 2. | 0,604 | 0,2542 | Valid |
| 3. | 0,610 | 0,2542 | Valid |
| 4. | 0,685 | 0,2542 | Valid |
| 5. | 0,728 | 0,2542 | Valid |
| 6. | 0,582 | 0,2542 | Valid |

Tabel 1.3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | r _{hitung} | r _{table} | Keterangan |
|----|---------------------|--------------------|------------|
| 1. | 0,666 | 0,2542 | Valid |
| 2. | 0,666 | 0,2542 | Valid |
| 3. | 0,632 | 0,2542 | Valid |
| 4. | 0,710 | 0,2542 | Valid |
| 5. | 0,755 | 0,2542 | Valid |
| 6. | 0,728 | 0,2542 | Valid |
| 7. | 0,792 | 0,2542 | Valid |
| 8. | 0,740 | 0,2542 | Valid |

Sumber: (Data diolah dengan SPSS versi 22.0: 2023)

Berdasarkan perhitungan dari table di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r_{hitung} dari seluruh item pertanyaan pada variabel X1, X2 dan Y adalah lebih besar dari r_{table} maka dapat dikatakan bahwa variabel X1, X2 dan Y valid.

B. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan *One Shot* atau pengukuran sekali saja, dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibagi dengan pernyataan lain atau mengukur kolerasi antar jawaban pertanyaan. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* >0,60 (Ghozali, 2016).

Table 1.4 Uji Reliabilitas

| Variabel | Realibilitas Coeffisient | Cronbach Alpha | Nilai Alpha | Keterangan |
|-------------------------|--------------------------|----------------|-------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 6 Pertanyaan | 0,848 | 0,60 | Reliabel |
| Harga (X2) | 6 Pernyataan | 0,841 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 8 Pertanyaan | 0,910 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: (Data diolah dengan SPSS versi 22.0, 2023)

Berdasarkan table di atas dapat ditarik gambaran kesimpulan bahwasannya nilai *Cronbach Alpha* dalam penelitian ini >0,60 maka penelitian ini dinyatakan reliabel.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut hasil analisis regresi linear sederhana yang diolah dengan menggunakan SPSS Versi 22.0, yakni:

Tabel 1.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| X1 | ,173 | ,021 | ,598 | 8,366 | ,000 | ,932 | 1,072 |
| X2 | ,184 | ,021 | ,610 | 8,701 | ,000 | ,967 | 1,035 |

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui model persamaan linear sederhana pada penelitian ini adalah: $Y = 28,967 + 0,173X_1 + 0,184X_2 + e$

Dengan rumus di atas maka dapat di tarik kesimpulan bahwasannya :

1. Koefisien regresi produk X1 memiliki nilai 0,173 artinya bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada variabel X1, maka keputusan pembelian akan meningkat pula.
2. Koefisien regresi produk X2 memiliki nilai 0,184 artinya bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada variabel X2, maka keputusan pembelian akan meningkat pula.

D. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengambilan keputusannya ialah:

- Jika nilai *sig-2 tailed* < dari taraf signifikan (a) sebesar 0,05 maka H0 diterima sehingga memiliki pengaruh signifikan antara variabel X dengan Y.
- Jika nilai *sig-2 tailed* > dari taraf signifikan (a) sebesar 0,05 maka H0 ditolak sehingga tidak memiliki pengaruh signifikan antara variabel X dengan Y

Maka dengan rumus demikian, adapun hasil uji t dalam penelitian ini adalah nilai signifikan X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Kualitas Produk) adalah sebesar 0,000. Artinya nilai ini lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,05 sehingga dapat diartikan bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam. Dari data statistik yang telah penulis kelola menggunakan SPSS maka dapat disimpulkan dalam uji t ini:

1. Nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) adalah $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 8,366 > 2,004 maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan dan hipotesis people berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian, maka hipotesis 1 (H1) diterima.

2. Nilai signifikansi kualitas produk (X2) adalah $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $8,701 > 2,004$ maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian (H2) diterima.

E. Uji F

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara simultan atau bersama sama mempunyai pengaruh atau hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Proses pengambilan keputusannya menurut Al-Ghazali (2011) jika nilai sig $< 0,05$ maka artinya independen berpengaruh atas variable dependen (H0 diterima). Maka hasil uji F ini ialah sebagai berikut:

Table 1.6 Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 33,226 | 2 | 8,306 | 38,801 | ,000 ^b |
| Regression | 11,774 | 55 | ,214 | | |
| Total | 45,000 | 59 | | | |

Berdasarkan hasil pengujian statistik (Uji F) yang ditunjukkan pada table di atas maka diperoleh nilai signifikansi adalah 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 (sig $0,000 < 0,05$) Kemudian pengujian statistik pada table di atas juga menunjukkan bahwasannya nilai F hitung sebesar $38,801 > T$ table 2,53 ($38,801 > 2,53$) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian (H3) diterima.

F. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi dilakukan guna mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, maka berikut ini penjelasan hasil koefisien determinasi:

Tabel 1.5 Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,572 ^a | ,327 | ,316 | ,73719 |

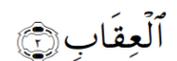
Dari table di atas diketahui bahwa nilai R² sebesar 0,327 artinya variabel Kualitas, mempunyai pengaruh kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam. Nilai R² sebesar 0,327 juga berarti kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 32,7% sedangkan sisanya itu dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian.

PEMBAHASAN :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan toko UD. Ulfa Husna Jaya terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam. Kegiatan jual beli alat bangunan merupakan salah bentuk interaksi tolong menolong, interaksi ini juga disebut dengan jual beli dan hukumnya boleh bagi pandangan ulama (Shobirin, 2016). Hal ini sesuai dengan firman Allah bahwa manusia diperintahkan untuk tolong menolong dalam kebaikan, hal ini Allah katakan dalam Alquran surah Al-Maidah ayat 2:

..... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا

عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ



Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.

Berdasarkan hasil uji t atau uji parsial diketahui bahwasannya nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari taraf nilai signifikan yaitu sebesar 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan atau mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah

Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam.

Serta berdasarkan hasil uji t atau uji parsial diketahui bahwasannya nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari taraf nilai signifikan yaitu sebesar 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan atau mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian di Desa Dah Kecamatan Rundeng Kota Subulussalam.

Berdasarkan hasil pengujian statistik (Uji F) maka diperoleh nilai signifikansi adalah 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig } 0,000 < 0,05$) Kemudian pengujian statistik juga menunjukkan bahwasannya nilai F hitung sebesar $38,801 > T \text{ table } 2,53$ ($38,801 > 2,53$) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian (H3) diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka diperoleh kesimpulan bahwasannya variabel kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian secara berturut sebesar 17,6%. Kemudian hasil uji t (Uji Parsial) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan juga kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian. Serta berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi adalah 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig } 0,000 < 0,05$) Kemudian pengujian statistik juga menunjukkan bahwasannya nilai F hitung sebesar $38,801 > T \text{ table } 2,53$ ($38,801 > 2,53$) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada transaksi jual beli peralatan bangunan dan pertanian. Dan berdasarkan survei lapangan yang penulis lakukan pada Toko UD. Ulfa Husna Jaya diketahui bahwasannya kepuasan pelanggan dari 4 tahun terakhir menunjukkan kenaikan yang disebabkan dari kualitas pelayanan, pada tahun 2019 jumlah pembeli 5.345, tahun 2010 jumlah pembeli 6.321, tahun 2021 jumlah pembeli sebanyak 7.654, dan pada tahun 2022 jumlah pembeli sebesar 8.546 maka dengan ini menunjukkan kenaikan pertahun jumlah pembeli barang bangunan yang ada pada Toko UD. Ulfa Husna Jaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baruwadi, M., Murtisari, A., Pertanian, F., Gorontalo, U. N., & Gorontalo, U. N. (n.d.). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada plaza amanda jaya kota gorontalo. I*(1).
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Gede, I. G., & Sudarta, P. (n.d.). *Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai Denpasar Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium PENDAHULUAN Pada dewasa ini perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak cukup signifikan terutama bagi dunia usaha saat ini . Semakin banyaknya u. 10*, 165–173.
- Ghufrony, A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Retail Bahan-Bahan Bangunan Di Kecamatan Dungkek. *PERFORMANCE “Jurnal Bisnis & Akuntansi”*, 5(2), 14. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i1.255>
- Ismawati, M. A. dan S. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Listiani, A., & Wahyuningsih, S. (2019). Analisis Pengelolaan Persediaan Barang Dagang Untuk Mengoptimalkan Laba. *STIE Kesuma Negara Blitar*, 4(1), 97–103. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/peta/article/view/378/481>
- Made, N., Sulistyawati, A., & Seminari, N. K. (2015). *KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN INDUS*. 4(8), 2318–2332.
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1), 41–50.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). (*Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru*). 3(1), 131–143.
- Shobirin, S. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 12(1), 15.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, & D., A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Villa Amertha. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(1), 57–71.
<https://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/5833>
- Sutanto, P. H. (2019). Perancangan System Stok Barang Di Warehouse Berbasis Web. *Jusikom : Jurnal Sistem Komputer Musirawas*, 4(1), 9–18.
<https://doi.org/10.32767/jusikom.v4i1.409>
- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Ternando, G., Susena, K. C., & Herlin. (2018). Analisis Pengendalian Internal Atas Persediaan Barang Dagang (Studi Kasus Pada Toko Beras Sinar Jaya Kota Bengkulu). *Jurnal Akuntansi-JAZ*, 1(1), 57–69.
<https://journals.unihaz.ac.id/index.php/jaz/article/view/377>
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D ' Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)*. 26(01), 105–122.
- Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE " Jurnal Bisnis & Akuntansi,"* 6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- Zainarti. (2022). *ETOS KERJA DALAM ISLAM*.