

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOLLAND BAKERY BOULEVARD MANADO

ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT HOLLAND BAKERY BOULEVARD MANADO

Oleh:

Greifia Lumintang¹
Rotinsulu Jopie J.²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado
email: ¹Lumintanggreifi@yahoo.co.id
²jopierotinsulu@yahoo.com

Abstrak: Kompetisi antar perusahaan saat ini sangat ketat, seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama. Konsumen juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan wujud fisik, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Holland Bakery Boulevard* Manado. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode adalah analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Holland Bakery*. Manajemen sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen dan fokus terhadap strategi pemasaran seperti kualitas produk dan kualitas layanan.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen

Abstract: Competition between companies is very tight, along the development of science and technology. Modern marketing concept is also experiencing growth by putting consumers as a major concern. Manufacturers are racing to be able to compete with its competitors. It can be seen from the increasing number of companies that produce products with the same type and usability. Consumers are also being more selective and critical in selecting a product. Consumers no longer buy a product based on the physical form, but also including all aspects of service attached to the product. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at *Holland Bakery Boulevard* Manado. This type of research is associative research method is multiple linear regression analysis. Results of the research that the quality of products and service quality affects customer satisfaction at *Holland Bakery*. Management should improve customer satisfaction and a focus on marketing strategies such as product quality and service quality.

Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan para kompetitornya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama. Konsumen juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut sehingga produk tersebut dapat menarik konsumen dalam mengambil keputusannya untuk membeli produk yang dihasilkan.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Banyak perusahaan roti yang memamerkan produk unggulan mereka terutama dari segi penampilan. Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya baik penampilan luar produk. Kotler and Armstrong (2012:283) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dalam keputusan pembelian konsumen selalu mempertimbangkan aspek-aspek yang ada untuk mempengaruhi minat beli. Untuk itu perusahaan harus tahu dan mampu mengelola produk agar menjadi sesuatu yang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen.

Kualitas Produk *Holland Bakery* memiliki kualitas yang tinggi karena hanya menggunakan bahan-bahan berkualitas premium sehingga walaupun harga roti dan kue *Holland Bakery* lebih mahal dibanding *bakery* lain namun konsumen masih tetap loyal karena *Holland Bakery* selalu menjaga kualitas produknya. *Holland Bakery* merupakan satu-satunya toko roti dan kue di Indonesia yang berlisensi resmi dari *Disney Cake* Indonesia sehingga pilihan desain *Disney* pada kue *tart* sangat beragam. Gerai *Holland Bakery* tersebar di kota-kota besar di Indonesia sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan untuk membeli produk *Holland Bakery*. Posisi gerai *Holland Bakery* juga disesuaikan dengan target segmentasi pasar yang dimiliki oleh *Holland Bakery* yaitu pada kelas masyarakat menengah ke atas sehingga letak gerai-gerai *Holland Bakery* tersebut berada pada ruas jalan besar kota ataupun pada *mall-mall* besar di kota tersebut.

Holland Bakery merupakan toko roti dan kue yang menyediakan berbagai macam roti dan kue dengan kualitas yang tinggi. *Holland Bakery* ingin menjaga kualitas baiknya sebagai toko kue dan roti yang menyediakan roti dan kue dengan kualitas yang terbaik saja sehingga konsumen dapat menjadi lebih loyal pada *Holland Bakery*. Walaupun uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen lebih banyak namun citarasa yang dimiliki oleh produk *Holland Bakery* tetap premium sehingga konsumen menjadi puas karena harga yang dipatok sesuai dengan kualitas yang disediakan.

Selain itu, *Holland Bakery* juga memberikan kualitas pelayanan yang baik pada konsumennya sehingga konsumen menjadi tidak jera untuk membeli lagi produk *Holland Bakery*. *Holland Bakery* juga memiliki lisensi resmi dari *Disney Cake* Indonesia yang menjadikan *Holland Bakery* merupakan satu-satunya toko kue di Indonesia yang memiliki desain kue *tart Disney* yang beragam sehingga dapat memenuhi selera konsumen. Hingga saat ini, *Holland Bakery* telah memiliki kurang lebih 200 gerai yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia dengan letak gerai yang strategis sehingga konsumen mudah untuk memperoleh produknya.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *Holland Bakery Boulevard* Manado.
2. Kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Holland Bakery Boulevard* Manado.
3. Kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Holland Bakery Boulevard* Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pemasaran

Machfoedz (2010:140) mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses yang diterapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan produk (barang dan jasa). Daryanto (2012:1) menjelaskan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Perilaku Konsumen

Hasan (2013:161) mendefinisikan perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Blackwell, Miniard & Engel dalam Buku (Mulia, 2010:289) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang saat mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang barang atau jasa.

Kualitas Produk

Kotler and Keller (2012:316) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi (Kotler dan Armstrong 2012:346).

Kualitas Pelayanan

Olsen dan Wyckoff dalam buku (Yamit, 2010:22) mengatakan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Kotler and Keller (2012:83) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kepuasan Konsumen

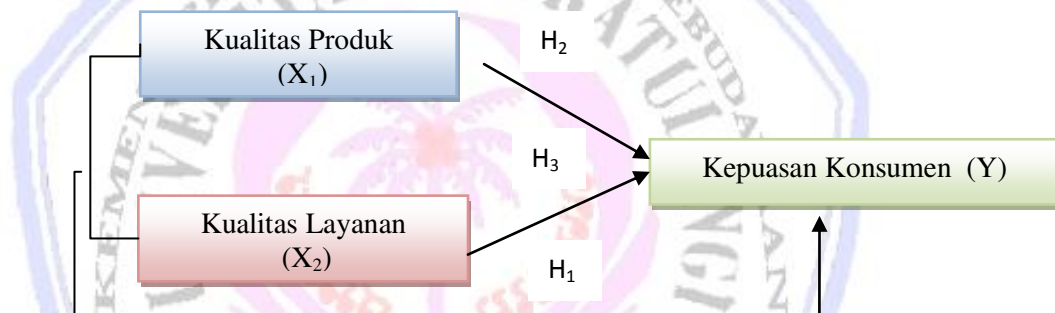
Kotler and Keller (2012:46) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2006:15) antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Penelitian Terdahulu

1. Saidani dan Arifin (2012) yang meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada *Ranch Market* Pondok Indah Jakarta Selatan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen juga memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap minat beli ulang pelanggan. Dan variabel kualitas produk dan kualitas layanan juga terbukti memiliki pengaruh tidak langsung yang positif terhadap minat beli ulang konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menganalisis tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitiannya.
2. Amanah (2010) yang berjudul pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestik bakery dan cake shop cabang H.M Yamin Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap pelanggan ditoko roti Majestik *Bakery* dan *CakeShop* Cabang H.M Yamin Medan.
3. Fardiani (2013) berjudul Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi, terhadap kepuasan pelanggan Dyriana *Bakery* dan *Cafe* Pandanaran Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Dyriana *Bakery* dan *café* Pandanaran Semarang.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini, 2014

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara bersama diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
 H₂: Kualitas Produk diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
 H₃: Kualitas Layanan diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dalam penelitian.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari *Holland Bakery Boulevard* Manado sebanyak kurang lebih 2154 orang, diteliti selama tiga bulan. Sampel dalam penelitian ini diambil dari jumlah populasi sebesar 99 responden. Jumlah sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Purba (1996:28) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (MoE)^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

Moe = *Margin of Error max* (kesalahan yang masih ditoleransi, diambil 10%).

jumlah sampel untuk penelitian ini dengan *margin of error* 10% adalah :

$$n = \frac{N}{1 + (MoE)^2}$$

$$n = \frac{2154}{1 + 2154(10)^2} = \frac{2154}{1 + 21.54} = \frac{2154}{22.54} = 95,56$$

Perhitungan yang diperoleh diatas, untuk menambah keterwakilan dari sampel diubah menjadi 99 responden.

Definisi Operasional Variabel

Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya. Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu:

1. Daya tahan/*Durability*,
2. Reliabilitas/*Reliability*,
3. Estetika/*Aesthetics*,
4. Kesan kualitas/*Perceived Quality*.

Kualitas Layanan (X_2)

Pengertian kualitas pelayanan adalah totalitas karakteristik suatu konsep pelayanan yang mencakup seluruh aspek pelayanan, dan tolok ukur kualitas pelayanan itu adalah dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan atau penerima layanan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan Parasuraman dalam (Lupiyoadi, 2006:182), yaitu:

1. Bukti fisik/*Tangibles*,
2. Ketanggapan/*Responsiveness*,
3. Jaminan/*Assurance*,
4. Memberikan perhatian/*Empathy*.

Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler and Keller (2012:46) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupiyoadi, 2006:191) antara lain :

1. Kualitas produk,
2. Kualitas pelayanan atau jasa,
3. Harga
4. Biaya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2012:401).

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS.

Uji Validitas dan Rehabilitas Instrument Penelitian

Uji Validitas dan Rehabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dengan cara penyeteraan kuisisioner valid dan *reliable*. Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah tidak adanya hubungan yang linier antara variabel independen. Jika terdapat hubungan linier antara variabel independen dikatakan model terkena masalah multikolinier. Jika terjadi hubungan antara sesama variabel independen maka variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antara independen sama dengan nol.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varian dari *residual* dari suatu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Sperman Rank Correlation*. Apabila hasil pengujian menunjukkan lebih dari $\alpha = 5\%$ maka tidak ada heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahuinya digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, pedoman pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu, bila nilai *Sig* atau signifikan lebih besar daripada 0,05 maka distribusi adalah normalitas (simetris).

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi artinya peramalan penaksiran atau pendugaan pertama kali diperkenalkan pada tahun 1877 oleh Sir Francis Galton (1822 - 1911). Analisis bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Volume Penjualan

A = Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Kualitas Layanan

b₁, b₂ = Koefisien Regresi

e = Faktor pengganggu atau galat.

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual dapat diukur dari *goodness of fit*-nya. Secara statistik *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi. Dengan demikian untuk menilai ketetapan fungsi regresi sampel perlu dilakukan uji hipotesis uji t dan uji F.

Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan *probability* sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

1. Jika $sig > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.
2. Jika $sig < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$, H_0 diterima. Dan jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_1 diterima, begitupun jika $sig > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak dan jika $sig < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

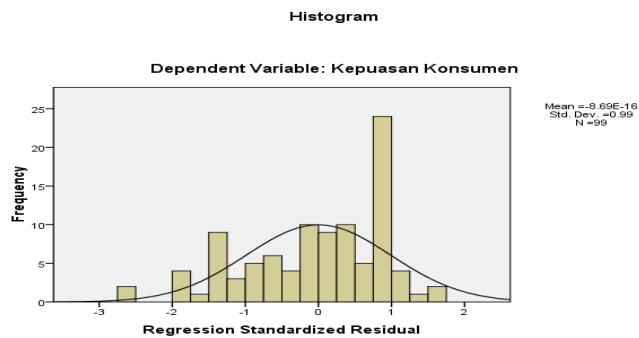
Variabel	Indikator	Korelasi (r)			Koefisien	
		R	Sig	Status	Alpha Cronbach	Status
Kualitas Produk (X ₁)	X _{1.1}	0,899	0,000	Valid	0,909	Reliabel
	X _{1.2}	0,867	0,000	Valid		
	X _{1.3}	0,912	0,000	Valid		
	X _{1.4}	0,872	0,000	Valid		
Kualitas Layanan (X ₂)	X _{2.1}	0,869	0,000	Valid	0,907	Reliabel
	X _{2.2}	0,909	0,000	Valid		
	X _{2.3}	0,884	0,000	Valid		
	X _{2.4}	0,877	0,000	Valid		
Kepuasan Konsumen (Y)	Y ₁	0,818	0,000	Valid	0,740	Reliabel
	Y ₂	0,837	0,000	Valid		
	Y ₃	0,815	0,000	Valid		
	Y ₄	0,570	0,000	Valid		

Sumber : Hasil pengolahan data, 2014

Hasil uji validitas dan reliabilitas yang diuji dengan menunjukkan bahwa hasil uji validitas instrumen memberikan nilai yang baik pada butir indikator dari masing-masing variabel utama. Rata-rata nilai r hitung yang diperoleh lebih tinggi dari pada nilai kritis sebesar 0,30 serta jika dilihat dari nilai rata-rata r hitung dibandingkan dengan rata-rata r tabel, rata-rata r hitung lebih tinggi dari r tabel yaitu 0,195 ($n = 100$, $sig = 0,05$). Dapat dilihat bahwa nilai item total dari seluruh variabel diindikasikan *reliabel*. Ini dapat dilihat dari nilai *Alpha Cronbach's* dari masing-masing variabel baik variabel bebas serta variabel terikat memiliki nilai rata-rata yang *reliabel* yakni di atas 0,60 (Wibowo, 2012:36). Jadi dapat dikatakan seluruh variabel konstruk valid dan *reliabel* sehingga dapat diterima dan digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
 Sumber: Hasil pengolahan data 2014

Gambar 2 dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng, (Suliyanto, 2011:68) menyatakan bahwa untuk melihat kurva normal pada histogram apabila model berdistribusi normal karena membentuk lonceng.

b) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi Multikolinearitas atau Non Multikolinearitas. Berdasarkan *output* pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas, karena nilai $VIF < 10$ (Suliyanto, 2011:82). Data pada Tabel di atas terlihat bahwa nilai *output* pada *coefficients model* dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas karena semua nilai $VIF < 10$. Hasil pengujian ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

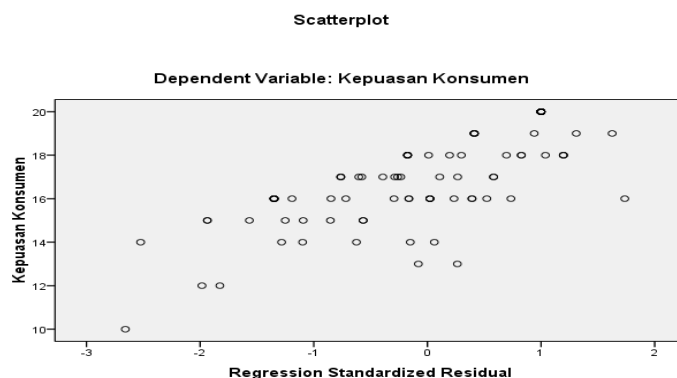
Tabel 2. Uji Multikolinearitas

<i>Collinearity Statistics</i>	
Tolerance	VIF
.281	3.554
.281	3.554

Sumber : Data hasil olahan SPSS 17, 2014

c) Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 3 sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Hasil pengolahan data 2014

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006:87). Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel *dependen* pada setiap variabel *independen*. Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Berdasarkan hasil gambar tersebut maka deteksi yang ada adalah penyebaran, dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Tabel 3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	196.140	2	98.070	33.816	.000 ^a
	<i>Residual</i>	278.406	96	2.900		
	<i>Total</i>	474.545	98			

Sumber : Data hasil olahan SPSS 17, 2014

Perhitungan menunjukkan bahwa angka F sebesar 33,816 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel Kualitas Produk (X_1), dan Kualitas Layanan (X_2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dapat diterima.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

<i>Coefficients^a</i>								
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(<i>Constant</i>)	6.622	1.294		5.119	.000		
	Kualitas Produk	.269	.124	.318	2.161	.033	.281	3.554
	Kualitas Layanan	.315	.133	.350	2.377	.019	.281	3.554

Sumber : Data hasil olahan SPSS 17, 2014.

Hasil perhitungan tabel diperoleh :

Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 2,161 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan $0,033 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Layanan (X_2) sebesar 2,377 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan $0,019 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima.

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>								
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(<i>Constant</i>)	6.622	1.294		5.119	.000		
	Kualitas Produk	.269	.124	.318	2.161	.033	.281	3.554
	Kualitas Layanan	.315	.133	.350	2.377	.019	.281	3.554

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen

Sumber : Data hasil olahan SPSS 17, 2014

Bentuk persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 6,622 + 0,269X_1 + 0,315X_2$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa :

Nilai constant sebesar 6,622 memberikan pengertian bahwa jika faktor Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Konsumen adalah 6,622 satuan. Untuk variabel Kualitas Produk (X_1) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk (X_1) naik 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,269. Untuk variabel Kualitas Layanan (X_2) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Layanan (X_2) naik 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,315.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji hipotesis dan analisis regresi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan *Holland Bakery Boulevard* Manado, dan pengaruhnya adalah positif. Hal ini berarti bahwa hubungan antara kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen memiliki pengaruh secara simultan. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu variabel kualitas produk dan kualitas layanan dapat dijadikan variabel yang mempengaruhi dari variabel kepuasan konsumen khususnya pada konsumen di perusahaan *Holland Bakery Boulevard* Manado yang loyal membeli produk jenis makanan yaitu roti dan aneka jenis lainnya.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen *Holland Bakery Boulevard* Manado, dan pengaruh dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan dan arahnya positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Saidani dan Arifin (2012) dan Amanah (2010), dimana dalam penelitian-penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian pertama memfokuskan pada *Ranch Market*, sedangkan pada penelitian kedua fokus pada jenis makanan juga yaitu *Bakery* dan *cake*, sedangkan penelitian ini fokus pada jenis makanan yaitu roti/ *Bakery* dan *Cake*. Hasil ini juga sesuai dengan Kualitas Produk dimana fokus pada kinerja/*Performance*, daya tahan/ *durability*, estetika/*Aesthetics*, kesan kualitas/*Perceived Quality*. Bagi konsumen mempersepsikan bahwa kualitas produk penting bagi mereka untuk memicu kepuasan konsumen dalam membeli atau menikmati produk atau produksi *Holland Bakery Boulevard* Manado.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen *Holland Bakery Boulevard* Manado, dan pengaruh dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan dan arahnya positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Saidani dan Arifin (2012), dan Fardiani (2013), dimana dalam penelitian-penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian pertama memfokuskan pada industri *Ranch Market*, sedangkan pada penelitian kedua sama seperti peneliti fokus pada *Bakery* dan *Cake*, sedangkan penelitian ini fokus pada *Bakery* dan *Cake*. Hasil ini juga sesuai dengan variabel kualitas layanan, dimana fokus pada bukti fisik/*Tangibles*, kehandalan/*Reliability*, ketanggapan/*Responsiveness*, jaminan/*Assurance* memberikan perhatian Bagi konsumen/ *Empathy*.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil uji hipotesis khususnya model penelitian ditemukan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen perusahaan *Holland Bakery Boulevard* Manado perlu meningkatkan dan memfokuskan strategi pemasaran perusahaan mereka pada kualitas produk dan kualitas layanan. Hal ini dilakukan melalui fokus pada produk yang dihasilkan seperti daya tahan produk, jenis produk sesuai dengan spesifikasinya, fokus pada layanan yang diberikan bisa menjamin para konsumen dalam memberikan tanggapan yang baik, empati kepada perusahaan dalam menciptakan konsumen yang loyal.
2. Peneliti lainnya di bidang pemasaran juga bisa meneliti tentang penelitian ini namun pada perusahaan yang lain atau objek lain ataupun dengan memodifikasi model ataupun dengan menambah variabel ataupun dengan merubah variabel tidak bebas untuk mengetahui respon konsumen.
3. Perusahaan lain yang berfokus di bidang makanan atau jenis roti juga perlu memperhatikan temuan penelitian ini dengan meningkatkan kepuasan konsumen di perusahaan mereka dengan fokus pada kualitas produk dan kualitas layanan perusahaan yang diharapkan perusahaan tersebut dapat sukses bersaing di era persaingan yang ketat saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestik Bakery dan Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.2, No.4. <http://download.portalgaruda.org/article>. Diakses 17 Maret 2010. Hal.71-87.
- Daryanto.2012. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- Fardiani, Aprilia Nia. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana *Bakery and Café* Pendaran Semarang. *Skripsi Program Studi S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Hal.1-75.
- Ghozali,Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hasan,Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama CAPS,Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller.2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gerry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*.Pearson Education Limited, New Jersey.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Mulia, Teny. 2010. *Psikologi Konsumen*. Universitas Gunadarma. Agustus 2010, Bekasi.
- Purba, Rao. 1996. *Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis*. *the Asian Management February-March*. Pp 28-32.
- Saidani, Basrah & Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market Pondok Indah Jakarta Selatan. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No.2. [Http://JRMSI.com/attacments/article/22](http://JRMSI.com/attacments/article/22). 1 Maret 2012. Hal 01-22.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wibowo, Agung, E. 2012. *Aplikasi SPSS dalam Penelitian*. Penerbit GAVA MEDIA, Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Penerbit Ekonisia, Yoyakarta.

