

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO KELONTONG SINAR MAJU DI KABUPATEN BONE

A. Ainin Amelia¹, Andi Mappatempo², Basri Basir MR³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Makassar

[¹aaininamelia43@gmail.com](mailto:aaininamelia43@gmail.com), [²andimbkdunismuh@gmail.com](mailto:andimbkdunismuh@gmail.com),

[³basri.basir@unismuh.ac.id](mailto:basri.basir@unismuh.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality and service on customer satisfaction at Sinar Maju Grocery Store in Bone Regency. The research applies a quantitative approach using an associative method. Data were collected through questionnaires distributed to customers of Sinar Maju Grocery Store as respondents. The data analysis techniques used include validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis with the assistance of statistical software.

The results indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service also has a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings imply that the better the product quality and service provided, the higher the level of customer satisfaction. Therefore, the store needs to maintain and improve product quality and service in order to create customer loyalty amid increasingly competitive business conditions.

Keywords: *Product Quality, Service, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kelontong Sinar Maju di Kabupaten Bone. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Kelontong Sinar Maju yang dijadikan sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan program statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, toko perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan guna menciptakan loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku bisnis menjadi semakin tinggi. Kondisi ini tidak hanya terjadi pada perusahaan besar, tetapi juga pada usaha kecil dan menengah seperti toko kelontong. Toko kelontong merupakan salah satu bentuk usaha ritel tradisional yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok masyarakat, seperti makanan, minuman, sabun, dan produk kebutuhan sehari-hari lainnya. Keberadaan toko kelontong sangat penting karena berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat secara langsung dan dekat dengan lingkungan tempat tinggal konsumen.

Toko Kelontong Sinar Maju di Kabupaten Bone merupakan salah satu usaha ritel yang melayani masyarakat sekitar dengan menyediakan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari. Dengan lokasi yang strategis dan harga yang kompetitif, toko ini mampu menarik perhatian konsumen. Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas produk dan pelayanan.

Beberapa konsumen menyampaikan keluhan terkait kondisi

produk, seperti kemasan yang kurang rapi, produk yang mendekati masa kedaluwarsa, serta keterbatasan variasi merek tertentu. Selain itu, dari sisi pelayanan masih terdapat kekurangan seperti kurangnya responsivitas terhadap pertanyaan konsumen, keterbatasan komunikasi, serta kurangnya perhatian personal terhadap pelanggan. Permasalahan tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup kinerja, fitur produk, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan memperbaiki, keindahan/estetika, kualitas yang dipersepsikan, serta atribut lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang berkualitas akan memberikan nilai lebih bagi konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan mereka.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelayanan yang ramah, cepat,

dan profesional akan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi konsumen.

Kepuasan konsumen sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan. Apabila kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kelontong Sinar Maju di Kabupaten Bone. Penelitian ini penting dilakukan sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan bagi pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh

antara variabel independen dan variabel dependen secara statistik. Metode asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Penelitian dilaksanakan di Toko Kelontong Sinar Maju yang berlokasi di Kabupaten Bone. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di toko tersebut. Sampel penelitian berjumlah 180 responden yang ditentukan berdasarkan teknik sampling tertentu sesuai dengan perhitungan yang digunakan dalam skripsi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Variabel kualitas produk diukur melalui indikator kinerja, fitur produk, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan memperbaiki, keindahan/estetika, dan kualitas yang dipersepsikan. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui indikator

keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara itu, variabel kepuasan konsumen diukur berdasarkan. Harga produk, kenyamanan dan fasilitas, kesesuaian harapan, kemudahan akses, promosi yang tepat.

Teknik analisis data meliputi uji validitas untuk memastikan setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti, uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi jawaban responden, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi lebih besar dari nilai r tabel, sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih besar dari 0,60, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, tidak

terjadi multikolinearitas yang ditunjukkan oleh nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, serta tidak terjadi heteroskedastisitas berdasarkan hasil uji yang dilakukan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Produk yang memiliki kemasan baik, tidak rusak, tidak kedaluwarsa, serta memiliki variasi yang cukup akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang ramah, cepat dalam melayani, mampu memberikan informasi yang jelas, serta memberikan perhatian kepada konsumen akan meningkatkan pengalaman positif saat berbelanja. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel

tersebut saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik tanpa didukung pelayanan yang baik tidak akan memberikan hasil maksimal, begitu pula sebaliknya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kelontong Sinar Maju di Kabupaten Bone. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk dan pelayanan perlu menjadi prioritas utama dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, H. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49>
- Amirulloh, M. M., & Alijoyo, F. A. (2025). *INOVASI PROSES BISNIS E-COMMERCE: PENGELOLAAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN. OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 10(1), 579–587.
- Andi Mappatempo, Abdul Rahman Rahim, S. (2022). The Impact Of Service Quality And Product Quality On Customer Loyalty And Its Impact On Repeats Order At Astra Credit Companies Makassar Branch. *Journal of Management*, 12(4), 2561–2571.
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada toko sembako Barokah Dibesuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme) Feb Unars*, 1(4), 692-712.
- Bayu Aji, T. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Mineral Merek Minumo Pada Cv. Jaya Abadi Sejahtera Cabang Cirebon. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 3(1), 2025.
- Citrانingsih, D. (2023). Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan Pendahuluan Pendidikan secara umum dapat didefinisikan sebagai usaha

- secara sadar untuk mengembangkan diri dalam aspek kognitif , afektif , maupun psikomotor . Secara lebih khusus , hak. 6(1).
- Damayanti, A., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2023). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang) Pendahuluan*. 12(2), 679–688.
- DINA, A. O. (2022). (2022). *PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DALAM BISNIS SYARIAH (Studi Toko Kitara dan Anas Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG)*.
- Dinal Rahmat Alam, Hismi Hismi, Sahrul Sahrul, & Riki Gana Suyatna. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 313–323. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.630>
- Edy Kusnadi, & Syahputra, H. (2023). Edy Kusnadi Hamdun. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(3), 424–440.
- Ekonomi, F., Pamulang, U., & Produk, K. (2020). *JURNAL*. 3(2), 108–119.
- Fanggidae, P. Y., & Juniarto, A. (2023). (2023). Kajian tentang kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perguruan tinggi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1072–1098. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Herce, M., & Roni, M. (2022). (2022). *Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen*.
- Jong, N. W. (2021). Pengaruh Kualias Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Sentra Oli, Pare Pare, Sulawesi Selatan. *Performa*, 6(2), 162–171. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2076>
- Khairina, A. R. (2016). (2016). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)*. *Jsmb*, 6(2), 1–13. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 92–97. <https://doi.org/10.4324/9780080914947-10>
- Mappatempo, A., & W. (2023). *Mappatempo, A., & Wahyuddin. 2023. Statistika Bisnis. Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,*

- KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nathasya, H. (2024). No TitleE/ENH. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Nurmin Arianto dan Sabta ad Difa. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT NIRWANA GEMILANG PROPERTY. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Piksi, P., & Bandung, G. (2024). *Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha KUALITAS PELAYANAN PADA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN 1 Tiris Sudrartono 2 Ratnanto Aditiarno*. 12, 83–88.
- Rahayu, A. S. S. (2024). *Program studi manajemen fakultas ekonomi universitas abdurachman saleh situbondo 2021*.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- Rau, G. Y. P., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan, E. M. (2024). (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Koel Manado*.
- Ridhani, N. (2025). Pengaruh Citra Merek, Manfaat Merek, Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ritel. *Skripsi*.
- Rifani, J., & Febriadi, H. (2021). (2021). *Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Pada Plasa Telkom Amuntai Area Kabupaten Hulu Sungai Utara. Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 3(1), 101-118. 3(1), 101–118.
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18651>
- Septia, E., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Shandy W et, . al. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

- Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Siahaan, A. A., & Pasaribu, R. M. (2023). Journal Business and Management. *Researchgate.Net*, 1(1), 24–34.
https://www.researchgate.net/profile/Romindo-Pasaribu/publication/372856405_Hedonic_Shopping_Value_Ayu_dan_Mindo/links/64caff9291fb036ba6bfbf16/Hedonic-Shopping-Value-Ayu-dan-Mindo.pdf
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111–118. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118.
<http://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/E-Bis/article/view/124>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Umatin, C., Vanessa, C., Sulkha, A., Nurkholifah, N., Pambudi, A., Al Muiz, M. N., & Ridwanulloh, M. U. (2024). Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Wadiah*, 8(2), 324–345.
<https://doi.org/10.30762/wadiah.v8i2.1509>
- Wau, D. P. (2023). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nias Raya. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di UD. Elvin Kecamatan Lahusa Kabupaten Nias Selatan*, 20(2), 136–142.
- Zega, S. T., Gultom, T. M. J., Tambunan, R., & Marpuang, R. P. (2025). (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Es Cream Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 5(1), 81–92. 5, 81–92.