

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *HOME INDUSTRY*
SONGKOK DI DESA SUKODADI KECAMATAN PAITON KABUPATEN
PROBOLINGGO**

¹Abd. Ghafur, ²Zelinda Larissa

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

Jl. Raya Panglima Sudirman No.360, Semampir, Kec. Kraksaan, Kabupaten Probolinggo,
Jawa Timur 67282

Ekonomi dan Bisnis Islam

Nama Penulis: Abd. Ghafur

E-mail: Abdghafur@gmail.com

Nama Penulis: Zelinda Larissa

E-mail: zerli.2005@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to know the impact of product quality, service quality and value on customers' complacency in the sukodadi village of paiton paiton of probolinggo district. The kind of research used in this study is a quantitative with a linear regression analysis method of it. The analysis tool used is version 25 of SPSS. Data collection is carried out by spreading questionnaires and samples taken from 25 consumers who buy products more than three times. Studies have concluded that (1) the quality of the product does not affect the customer's satisfaction (2) the quality of service does not affect the customer's satisfaction (3) the price affects the customer's satisfaction (4) the quality of the product, the quality of service and the price affect the customer's satisfaction.

Keywords: *Influence, Product Quality, Quality Of Service, Price, Customer Satisfaction.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada home industry songkok di Desa Sukodadi Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode penelitian analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS versi 25. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner dan sampel yang diambil sebanyak 25 orang konsumen yang membeli produk lebih dari tiga kali. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (3) harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (4) kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Pengaruh, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Islam di Indonesia merupakan mayoritas terbesar umat muslim di dunia. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia per 31 Desember 2021 sebanyak 237,53 juta

jiwa. Jumlah tersebut setara dengan 86,9% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 273,32 juta jiwa (Dimas Bayu, 2022). Dari data tersebut, maka logis jika konstitusi Indonesia tahun 1945 sampai saat ini pada umumnya lebih menitik beratkan pada nilai-nilai ke-Islaman. Agama Islam telah memerintahkan pakaian yang harus digunakan oleh kaumnya, tujuan dari peraturan pakaian dalam Islam adalah untuk menutupi aurat. Dapat diartikan secara keseluruhan bahwa aurat adalah bagian tubuh yang tidak boleh dilihat oleh orang lain, karena akan menimbulkan aib atau malu. Dimana pakaian untuk menutup aurat bagi muslimah dengan menggunakan hijab dan berbusana rapi sedangkan bagi seorang muslim menggunakan songkok atau kopyah, memakai baju taqwa dan menggunakan sarung.

Songkok *celleng* (istilah warna hitam dalam bahasa Madura) merupakan sebuah benda sebagai penutup kepala laki-laki yang biasanya digunakan untuk beribadah. Ada beberapa kata yang setara untuk tutup kepala yang berasal dari beludru berwarna gelap. Kehadiran Songkok *celleng* pada awalnya merupakan indikasi agama, khususnya para santri. Hal ini dikarenakan, sebagian besar penduduk daerah Indonesia beragama Islam dan sebagian besar dari mereka bersekolah di pesantren-pesantren, serta menghibahkan dalam melaksanakan sholat untuk menggunakan songkok *celleng* guna untuk menutup rambut yang nantinya bisa menghambat saat sujud. Selain itu, songkok *celleng* adalah karakter santri yang mengandung makna filosofis tawadu'an dan ketaatan sebagai penutup kepala. Dalam waktu yang relatif singkat, pakaian muslim telah menjadi segmen penting dari industri tekstil nasional dan berperan dalam meningkatkan perekonomian inovatif.

Peningkatan keistimewaan kreatifitas dan kemajuan baru yang diciptakan oleh masyarakat Indonesia telah diberitahu mengenai semangat kebangkitan ekonomi inovatif di berbagai wilayah di dunia ini. Selain itu, pemerintah juga telah melakukan upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Melihat keadaan sekarang ini, yang dapat disimpulkan dari industri ekonomi inovatif itu sendiri adalah kawasan modern yang dimulai dari pemanfaatan kreatifitas, kemampuan dan bakat individu untuk membuka peluang dan bisnis melalui penciptaan dan pemanfaatan imajinatif serta imajinasi individu (Hilfan Soetansyah, 2014).

Perkembangan ekonomi imajinatif Indonesia dipandang dapat dilakukan untuk mendukung tercapainya titik fokus kemajuan terkait pembangunan moneter sebesar 6,8 persen dalam RAPBN 2013, barang dagangan yang saat ini ada merupakan produk unggulan dan memiliki nilai tambah serta meningkatkan daya beli masyarakat. Hal-hal yang disampaikan oleh usaha kecil dan menengah Indonesia memiliki dorongan dan kemajuan

yang tinggi untuk dikembangkan, dan masing-masing merupakan bagian penting dari industri ekonomi imajinatif. Pemerintah juga telah memberikan bantuan, pelatihan dan penyediaan tenaga ahli untuk kemajuan bisnis kreatif di Indonesia (Agnessia Puteri Santoso, 2013).

Salah satu tindakan pengembangan bisnis kreatif dengan didirikannya home industry. Pada awalnya pelaku home industry yang memiliki rencana ini adalah para pembisnis dan pakar, yang saat ini mulai merambah ke seluruh masyarakat. Dimana home industry dapat diartikan sebagai bisnis yang secara eksplisit mendistribusikan dari barang-barang mereka sendiri, yang mengartikan bahwa mereka yang merancang, mendesain, membuat konsep dan membeli bahan-bahan alami dan kemudian menyelesaikannya (Renatus Hasto Pinuntun, 2015).

Home Industry songkok ini merupakan sebuah usaha yang dilakukan di rumah sebagai tempat usaha, baik itu sebagai usaha jasa, kantor hingga proses memarketing produk. Salahsatunya home industry songkok yang ada di Desa Sukodadi ini. Produk songkok ini mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan dengan songkok yang dijual dipasaran. Dimana songkok ini memiliki kualitas yang bagus, dan mengutamakan pelayanan terhadap konsumen serta menciptakan produk-produk baru untuk meningkatkan kualitas home industry itu sendiri, juga harganya yang mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar yakni mulai dari Rp. 20.000 hingga Rp. 85.000 per buah, tergantung model dan jenis kain yang dipilih (Sri Mulyanti, 2022).

Jenis songkok yang banyak diburu oleh pelanggan yaitu jenis songkok bermotif emas dan jarring atau disebut full AC, bahkan para pelanggan sudah bisa memesan melalui online. Songkok dengan bermacam warna, seperti hijau, merah dan hitam ini, membuat pelanggan terus berdatangan untuk memesan songkok, lebih-lebih saat bulan ramadhan menjelang lebaran. Songkok dengan brand "Utama" yang di produksi home industry ini juga laris manis dikalangan santri dan pelajar, home industry ini selain melayani pemesanan dari para konsumen, juga mereparasi songkok dari konsumen untuk dimodifikasi sesuai selera konsumen. Hal seperti itu juga menjadi salah satu dorongan bagi home industry songkok ini untuk dikenal secara luas dan tentu membawa nama produk asli Kabupaten Probolinggo, bersaing ditingkat regional dan juga nasional (Sri Mulyanti, 2022).

Dari *home industri* tersebut, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi persaingan antar *home industri*. Yakni bukan hanya di lihat dari segi produk tetapi juga dari pelayanan dan harga yang di berikan kepada konsumen. Dalam persaingan tersebut perlu kiranya pemilik *home industri* menjaga kualitas produk yang di jual. Hal ini dikarenakan, sebagian

konsumen pada saat ini tidak hanya melihat dari terpenuhinya kebutuhan mereka, tetapi konsumen melihat produk tersebut apakah dapat memenuhi harapannya atau mungkin melebihi dari apa yang mereka harapkan. Semakin baik produk yang di jual oleh suatu perusahaan, maka akan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, konsumen saat ini juga mulai melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan yang timbul di ingatan konsumen, baik sebelum atau sesudah melakukan proses transaksi. Apabila pelayanan yang diterima cukup baik di mata konsumen, tidak jarang konsumen perusahaan tersebut enggan untuk berpindah (Alif Khansa Putri, 2017).

Perusahaan dituntut untuk berusaha membuat konsumen merasa puas, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, karena mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Strategi yang ditempatkan untuk dapat mempertahankan kepuasan konsumen adalah dengan menyediakan jasa produk dan pelayanan yang berkualitas, sehingga disini pihak perusahaan harus memperhatikan kualitas produk maupun kualitas pelayanannya(Alif Khansa Putri, 2017).

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang kepuasan pelanggan serta faktor-faktor yang mempengaruhi, khususnya faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Untuk itu, penulis merumuskan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Home Industry* Songkok Di Desa Sukodadi Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merupakan kuantitatif dengan metode penelitian ialah Analisis Regresi Linier Berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan terstruktur kepada para pelanggan menggunakan skala likert dengan lima tingkat jawaban mulai dari sangat setuju (5) sampai sangat tidak setuju (1). Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu Statistical Product And Service Solutions atau lebih dikenal dengan SPSS versi 25.0 teknik pengambilan sample akan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling yaitu responden yang berhak mengisi angket ialah pembeli yang melakukan pembelian minimal 3 kali.

Populasi adalah jumlah keseluruhan yang terdiri dari objek/subyek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh analis untuk dipelajari dan kemudian dibuat kesimpulan (Sugiono, 2016). Populasi

penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli produk lebih dari tiga kali di Home Industri Songkok Desa Sukodadi Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo yang pernah membeli produk songkok dengan total jumlah seluruh konsumen sebanyak 1064 dan total jumlah pelanggan sebanyak 25 pelanggan.

Sedangkan sampel merupakan suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Syofian Siregar, 2013). Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan Rumus dengan *Metode Slovin* sebagai berikut :

Keterangan :

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

n = Sampel
N = Jumlah Populasi Keseluruhan
e = Margin Of Error

Jumlah Populasi yang ada pada *Home Industri* Songkok tahun 2021 adalah 1064 orang dan persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir adalah 20% dari populasi. sehinnnggadiperoleh hasil dari penjumlahan tersebut sebesar 24,4 dibulatkan menjadi 25. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak dua puluh lima orang konsumen yang membeli produk lebih dari tiga kali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Untuk mempermudah dalam menganalisis data, semua pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*) for windows version 25. Adapun hasil regresi dari data primer yang diolah dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	,815	4,373		,186	,854
	KualitasProduk	-,151	,143	-,143	-1,058	,302
	Kualitas Pelayanan	,076	,210	,046	,360	,722
	Harga	1,016	,164	,901	6,212	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan PelangganSumber: Data diolah SPSS, versi 25.0.

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel *coefficients* yang dibaca adalah nilai dari kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta (α) dan baris selanjutnya menunjukkan konstanta variabel independen. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 0,815 - 0,151X_1 + 0,076X_2 + 1,016 X_3 + e$$

Jika nilai $X_1 = X_2 = X_3 = 0$, akan diperoleh $Y = 0,815$ Nilai ini adalah mustahil karena bila variabel Y adalah tingkat kepuasan, maka kualitas pelayanan industri songkok tidak akan pernah negatif.

Maka yang harus diperhatikan adalah menjamin apakah anggapan regresi telah terpenuhi dengan tujuan agar model regresi dapat dikatakan *BLUE (Best Straight Fair Assesor)*. Adapun interpretasi statistik pada model persamaan regresi di atas sebagai berikut :

1) Konstanta = 0,815

Jika variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga adalah 0, maka pengaruh kepuasan pelanggan pada *home industry* songkok adalah sebesar 0,815.

2) Koefisien Kualitas Produk (X_1) = -0,151

Jika variabel kualitas produk mengalami peningkatan sebesar 1 point sedangkan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pada *home industry* songkok sebesar -0,151.

3) Koefisien Kualitas Pelayanan (X_2) = 0,076

Jika variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 point sedangkan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pada *home industry* songkok sebesar 0,076.

4) Koefisien Harga (X_3) = 1,016

Jika variabel harga mengalami peningkatan sebesar 1 point sedangkan

variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pada *home industry* songkok sebesar 1,016.

5) Koefisien Kepuasan Pelanggan (Y) = 0,815

Jika variabel kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 1 point sedangkan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pada *home industry* songkok sebesar 0,815.

Uji t atau uji secara parsial (individu) digunakan untuk mengetahui apakah variable independen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga) secara parsial berpengaruh terhadap variable dependen (kepuasan pelanggan) dapat dilihat dari nilai signifikansi atau nilai t_{hitung} dan t_{tabel} nya, suatu variabel independen dikatakan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi $< 0,05$. Atau nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} . Hasil uji t parsial dengan menggunakan SPSS 25.0 sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji t Parsial

Coefficients ^a					
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	,815	4,373		,186	,854
KualitasProduk	-,151	,143	-,143	-1,058	,302
Kualitas Pelayanan	,076	,210	,046	,360	,722
Harga	1,016	,164	,901	6,212	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Data Diolah Oleh SPSS 25.0.

Dari tabel hasil uji t parsial diatas, diketahui $T_{tabel} = t(\alpha/2 : n-k-1) = t(0,025 : 25-3-1) = t(0,025 : 21) = 2,060$. Maka :

- 1) H_1 = diketahui nilai signifikan untuk pengaruh sig. untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,302 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -1,058 < 2,060$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 **ditolak** yang berarti tidak terdapat pengaruh X_1 terhadap Y.
- 2) H_2 = diketahui nilai signifikan untuk pengaruh sig. untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,722 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,360 < 2,060$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 **ditolak** yang berarti tidak terdapat pengaruh X_2 terhadap Y.
- 3) H_3 = diketahui nilai signifikan untuk pengaruh sig. untuk pengaruh X_3

terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,212 > 2,060$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 **diterima** yang berarti terdapat pengaruh X_3 terhadap Y.

Uji F ini digunakan untuk mengetahui hubungan secara simultan (serentak) antara variabel dependen dengan variable independen. Untuk mengetahui variabel dependen berpengaruh secara simultan terhadap variabel independen dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel dependen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya. Berikut ini hasil uji F simultan dengan menggunakan SPSS 25.0 :

Tabel 3 Hasil Uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120,144	3	40,048	18,600	,000 ^b
	Residual	45,216	21	2,153		
	Total	165,360	24			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Data diolah SPSS 25.0.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18,600 dengan nilai Sig. Sebesar 0.00 Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,80 dan nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_4 **diterima** yang memiliki arti terdapat pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dengan sangat terbatas. Nilai R^2 digunakan untuk menunjukkan besarnya regresi yang mampu menjelaskan variabel terikat. R^2 dikatakan baik jika semakin mendekati 1, berarti bahwa variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Sedangkan jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variable dependen. Berikut ini hasil uji Determinasi Berganda (R^2):

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,852 ^a	,727	,687	1,46736
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS 25.0.

Berdasarkan diatas diketahui nilai R^2 (*R Square*) adalah sebesar 0,727 atau (72,7%). Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 72,7 %.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda pada penelitian tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji F, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Bayu, Dimas. (2022) "*Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*" <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>, 125 Februari 2022 (07:06).

Pinuntun, Renatus Hasto. (2015) *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Distro Nimco Royal Store Yogyakarta.*. Skripsi Sarjana (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma).

Putri, Alif Khansa. (2017) "*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Bprs Bangun Drajat Warga Yogyakarta Perspektif Ekonomi Islam*". Skripsi Sarjana (Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia).

Santoso, Agnessia Putri. (2013). "Perkembangan Indusri Kreatif di Indonesia", http://www.academia.edu/3823713/PERKEMBANGAN_INDUSTRI_KREATIF_di_INDONESIA, 15 Maret 2022 (12:36).

Siregar, Syofian. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi denganPerbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana).

Soetansyah, Hilfan. (2014) "Potensi Industri Kreatif", <http://hilfans.wordpress.com/2014/09/11/potensi-industri-kreatif/>,

14 Maret 2022 (19:12).

Sri Mulyanti, *observasi* (Sukodadi, 21 Februari 2022).

Sugiyono, (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,
(Bandung:Alfabeta).