

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Produk Velg HSR di Alpha Racing Toko Velg Ban
dan Sporing Mobil Kab. Karawang**

Hajid Imam Pranoto, Puji Isyanto, Neni Sumarni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia
mn20.hajidpranoto@mhs.ubpkarawang.ac.id, puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id,
neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

The aim of this research is to find out how consumer satisfaction is influenced by product quality and service quality of HSR wheel products at the Alpha Racing Tire and Car Spring Wheel Shop, Karawang Regency. Data was collected through a survey using a questionnaire to consumers who had used HSR wheel products at the shop. Linear regression analysis is used to test the relationship between the independent variables (service quality and product quality) and the dependent variable (consumer satisfaction). Consumer satisfaction with HSR wheel items is significantly influenced by the quality of the product and the quality of the service provided, according to research findings. The research results show that the coefficient of determination (R Square) test results are zero point five two four, which shows that around fifty-two point four percent of the variability in consumer satisfaction can be explained by service quality and product quality. These findings highlight the importance of high quality services and products in meeting consumer expectations and satisfaction in the auto wheel industry. There is also a discussion of management consequences and recommendations for further research.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan produk *Velg* HSR di Alpha Racing Toko *Velg* Ban dan *Sporing* Mobil Kabupaten Karawang. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan produk *Velg* HSR di toko tersebut. Analisis regresi linear digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Kepuasan konsumen dengan barang *Velg* HSR secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan, menurut temuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) sebesar nol koma lima dua empat yang menunjukkan bahwa sekitar lima puluh dua koma empat persen variabilitas dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Temuan ini menyoroti pentingnya pelayanan dan produk berkualitas tinggi dalam memenuhi harapan dan kepuasan konsumen di industri *velg* mobil. Ada juga diskusi tentang konsekuensi untuk manajemen dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Industri otomotif, khususnya sektor modifikasi dan peningkatan performa kendaraan, terus mengalami perkembangan pesat seiring dengan minat konsumen yang semakin meningkat terhadap personalisasi kendaraan mereka. Salah satu komponen yang menjadi fokus utama dalam modifikasi kendaraan adalah velg. Velg bukan hanya sekadar komponen fungsional, tetapi juga menjadi elemen estetika yang mampu memberikan identitas dan karakteristik unik pada kendaraan. Velg, atau sering disebut juga sebagai velg roda, adalah salah satu bagian penting dari kendaraan, terutama pada roda mobil atau sepeda motor. Fungsi utama dari velg adalah sebagai struktur penopang dan tempat pemasangan ban. Selain itu, velg juga memiliki peran estetika yang signifikan dalam menentukan tampilan visual kendaraan. Velg umumnya terbuat dari bahan logam, seperti aluminium atau paduan magnesium. Keberagaman material ini memungkinkan produsen velg untuk menciptakan produk dengan berbagai tingkat kekuatan, bobot, dan daya tahan terhadap kondisi jalan. Desain velg sangat bervariasi dan dapat menjadi elemen penting dalam penampilan keseluruhan kendaraan. Ada banyak pola dan gaya desain yang berbeda, dari sederhana hingga kompleks, tergantung pada apa yang mungkin menyenangkan pemilik mobil (Hamdani, 2021).

(Hamdani, 2021). Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perguruan tinggi agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (Hamdani, 2021).

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Alpha Racing adalah toko cabang resmi yang menjual velg HSR dan juga merupakan sebuah toko velg, ban dan spring mobil yang berlokasi di Kabupaten Karawang tepatnya di Jl. Surotokunto No.88, Kecamatan Karawang Timur, disebelah Showroom Suzuki Citra Buana. Alpha Racing menjadi salah satu pelaku bisnis yang berperan penting dalam menyediakan berbagai pilihan velg HSR. Merek velg HSR telah dikenal sebagai salah satu pemimpin pasar dalam menyajikan produk-produk berkualitas tinggi yang memadukan desain inovatif dengan performa optimal. Selain itu, Velg HSR adalah merek velg asli dari Indonesia yang didirikan pada tahun 2013. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk biaya, tempat yang strategis, pertimbangan emosional, harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan efisiensi (Hamdani, 2021). Kepuasan konsumen dapat dibentuk oleh berbagai faktor, termasuk tingkat pelayanan yang diberikan, yang dapat meliputi tingkat penilaian visual oleh pelanggan (fisik), Layanan progresif yang disesuaikan dengan kebutuhan klien, hasil pekerjaan dan nilai yang diharapkan dari pembeli (keandalan), keinginan karyawan untuk melakukan layanan (kewajiban), kepastian bahwa informasi yang diberikan pada saat layanan akurat (jaminan), dan keinginan untuk membantu klien ketika mereka mengalami kesulitan membuat keputusan tentang pembelian atau masalah terkait produk lainnya. (empati) (Hamdani, 2021).

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat krusial dalam menjaga keberlanjutan dan kesuksesan suatu bisnis. Untuk mencapai tingkat kepuasan yang optimal, kualitas pelayanan menjadi faktor yang tak terelakkan. Setiap interaksi dengan pelanggan, mulai dari pertanyaan sederhana hingga proses pembelian, memegang peranan penting dalam membentuk persepsi mereka terhadap suatu merek atau perusahaan. Kualitas pelayanan tidak hanya mencakup kecepatan dan efisiensi dalam penyelesaian transaksi, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti keramahan, kesediaan untuk membantu, dan kejelasan komunikasi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, membuat mereka merasa dihargai, diprioritaskan, dan dipahami. Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu kemajuan suatu perusahaan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan dan juga dapat berdampak pada kepuasan konsumen karena adanya interaksi antara konsumen dengan perusahaan yang dapat bekerjasama (Hamdani, 2021).

Kepuasan pelanggan adalah sensasi kebahagiaan atau ketidakpuasan individu yang muncul setelah melakukan atau membandingkan presentasi (atau konsekuensi) barang yang mereka pertimbangkan dengan pameran (atau hasil) normal. Berdasarkan pada definisi dari itu disepakati oleh para ahli, maka dapat ditentukan untuk menjadi loyalitas atau kepuasan konsumen adalah tingkat sensasi senang atau kecewa yang dirasakan oleh klien/pembeli setelah mendapatkan tagihan dari administrasi yang berbeda, presentasi individu/klien/pekerja yang memenuhi atau tidak memenuhi asumsi mereka (Hamdani, 2021).

Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk selain kualitas pelayanan. Fitur, desain, keandalan, dan daya tahan barang perusahaan semuanya dianggap sebagai komponen dari kualitas produk mereka. Permintaan konsumen dan keinginan untuk produk akan dipenuhi dengan penawaran berkualitas tinggi (Hamdani, 2021). Dalam konteks bisnis otomotif, seperti Alpha Racing Toko Velg Ban Dan Sporing Mobil Kab. Karawang, kualitas produk velg HSR menjadi faktor penentu kepuasan konsumen. Dengan memberikan produk yang unggul dalam segi desain, performa, dan daya tahan, perusahaan dapat membangun reputasi positif dan memperluas basis pelanggan mereka. Dengan demikian, kombinasi yang baik antara kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan strategi utama untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lengkap dan memuaskan bagi konsumen. Perusahaan yang berhasil menyelaraskan kedua aspek ini dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dan memperkuat kedudukan mereka di pasar (Hamdani, 2021).

Mengingat informasi pada latar belakang yang akan diberikan, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian di dengan topik “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg HSR di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang”. Artikel ini menjadi tujuan untuk mengekspos dan menganalisis faktor-faktor kualitas layanan dan kualitas produk yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Velg HSR di Alpha Racing. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor ini, dapat diketahui elemen apa yang paling penting bagi konsumen dalam

membentuk tingkat kepuasan mereka. Dengan tujuan ini, artikel tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks toko velg, ban, dan sporing mobil, serta memberikan bimbingan untuk merumuskan rencana yang akan lebih baik pada masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan karakteristik dan fenomena yang diamati, serta metode verifikatif untuk menguji hipotesis yang diajukan. Data akan dikumpulkan melalui survei atau eksperimen, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik seperti regresi atau analisis varians untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel yang diteliti. Penelitian yang menggunakan tahap-tahap metode kuantitatif untuk menangani masalah dan mengumpulkan data yang lebih komprehensif tentang fenomena dikenal sebagai penelitian diskresi kuantitas atau diskriptif kuantitatif (Hamdani, 2021). Dan dalam hal ini untuk mencari "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg HSR di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang".

Dalam konteks penelitian mengenai "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg HSR di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang", populasi yang ditentukan adalah konsumen Alpha Racing pada tahun 2023 yaitu rata-rata sebesar 9-10 konsumen perhari, maka selama 1 bulan yaitu rata-rata sekitar 296 konsumen yang melakukan pergantian velg, ban atau sporing mobil di Alpha Racing.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditetapkan dengan memanfaatkan Rumus Solvin, yaitu sebagai berikut:

Diketahui populasi konsumen selama 1 bulan yaitu 296 konsumen

Rumus :

$$n = \frac{296}{1+210(0,1)^2}$$

$$n = \frac{296}{1+210(0,01)}$$

$$n = \frac{296}{1+2,1}$$

$$n = \frac{296}{3,1}$$

$$n = 95,48 \text{ Dibulatkan Jadi } 96$$

Jadi berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin sampel yang digunakan adalah 95,48 dan dibulatkan menjadi 96

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Hamdani, 2021).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, studi kepustakaan, dan riset internet.

Teknik analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

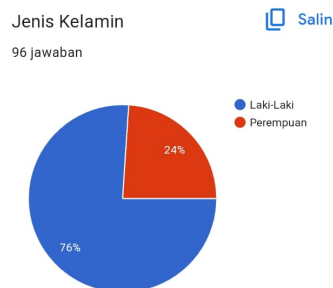
a. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini penulis mengelola data kuesioner dalam bentuk data google form terdiri dari 12 pertanyaan untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) 9 pertanyaan untuk Variabel Kualitas Produk (X_2) dan 9 pertanyaan untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y). Kuesioner yang disebarakan ini ditunjukkan kepada 96 responden sebagai konsumen yang melakukan pergantian velg, ban atau sporing mobil di Alpha Racing. Teknik penarikan sampel menggunakan *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Hamdani, 2021). Berdasarkan isian Kuesioner yang disebarakan terdapat gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah 96 konsumen yang melakukan pergantian velg, ban atau sporing mobil di Alpha Racing, yang terdiri dari beberapa karakteristik yaitu jenis kelamin:

Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

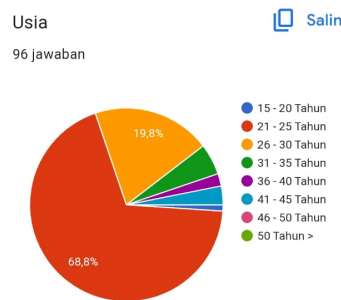


Sumber: Data Primer diolah Peneliti

Berdasarkan Gambar 1 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 76% dan perempuan 24%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di di Alpha Racing berjenis kelamin laki-laki.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer diolah Peneliti

Berdasarkan Gambar 2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah terdiri dari beberapa usia. Mulai dari usia 15 tahun sampe dengan 50 tahun ke atas. Namun dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di di Alpha Racing kalangan usia 21-25 tahun dengan hasil rata-rata 68,8%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer diolah Peneliti

Berdasarkan Gambar 3 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah terdiri dari beberapa status atau jenis pekerjaan. Mulai dari aparatur sipil negara, karyawan swasta, buruh harian lepas, mahasiswa/pelajar, dan pekerjaan lainnya. Namun dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di di Alpha Racing kalangan karyawan swasta dengan hasil rata rata 62,5%.

b. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Validitas atau tidak validitas kuesioner ditentukan dengan menggunakan uji validitas. Jika r hitung instrumen lebih besar dari pada r tabel, instruksi dianggap valid.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan X1

Butir Soal	Corrected		Kriteria
	Item-Total Correlation	R Tabel 5%	
X1.1	0,51	0,201	Valid
X1.2	0,558	0,201	Valid
X1.3	0,483	0,201	Valid
X1.4	0,456	0,201	Valid
X1.5	0,419	0,201	Valid
X1.6	0,636	0,201	Valid
X1.7	0,581	0,201	Valid
X1.8	0,619	0,201	Valid
X1.9	0,654	0,201	Valid
X1.10	0,569	0,201	Valid
X1.11	0,69	0,201	Valid
X1.12	0,527	0,201	Valid

Berdasarkan semua spesifikasi pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid, menurut perbandingan antara r hitung dan r tabel.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk X2

Butir Soal	Corrected		Kriteria
	Item-Total Correlation	R Tabel 5%	
X2.1	0,59	0,201	Valid
X2.2	0,579	0,201	Valid
X2.3	0,568	0,201	Valid
X2.4	0,64	0,201	Valid
X2.5	0,603	0,201	Valid
X2.6	0,546	0,201	Valid
X2.7	0,616	0,201	Valid
X2.8	0,581	0,201	Valid
X2.9	0,58	0,201	Valid

Dapat juga disimpulkan bahwa semua spesifikasi pertanyaan untuk variabel kualitas produk (X2) valid berdasarkan kontras antara r hitung dan r tabel.

Tabel 3. Uji Validitas Pada Variabel Kepuasan Konsumen Y

Butir Soal	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel 5%	Kriteria
Y.1	0,626	0,201	Valid
Y.2	0,62	0,201	Valid
Y.3	0,538	0,201	Valid
Y.4	0,595	0,201	Valid
Y.5	0,577	0,201	Valid
Y.6	0,528	0,201	Valid
Y.7	0,433	0,201	Valid
Y.8	0,569	0,201	Valid
Y.9	0,657	0,201	Valid

Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan spesifik untuk variabel kepuasan konsumen (Y) valid berdasarkan perbandingan antara r hitung dan r tabel.

2) Uji Realibilitas

Penelitian atau konsistensi variabel struktural dinilai menggunakan uji reabilitas. Uji statistik Guttman Split-Half Coefficient digunakan untuk mengukur uji reabilitas, variabel dianggap dapat diandalkan (reliabel) jika nilai split-half koefisien Guttman lebih dari 0,80.

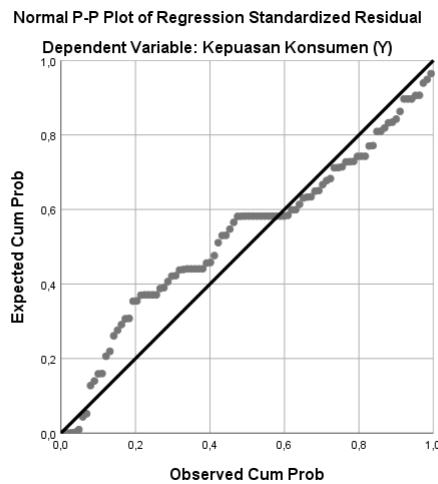
Tabel 4. Uji Reabilitas Guttman Spilt-Half

Variabel	Guttman Split- Half Coefficient	Kriteria
X1	0,853	Reliabel
X2	0,825	Reliabel
Y	0,829	Reliabel

Berdasarkan dari tabel output “Reliability Statistics” diketahui pada nilai korelasi Guttman Spilt-Half Coefficient adalah sebesar lebih dari 0,80 oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel pada kualitas pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) secara keseluruhan gabungan dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Jika ada garis diagonal dalam data plot yang mewakili data nyata, model regresi dianggap normal.



Gambar 4. Uji Normalitas

Model regresi dengan distribusi normal dan korelasi linear positif.

d. Uji Multikolinearitas

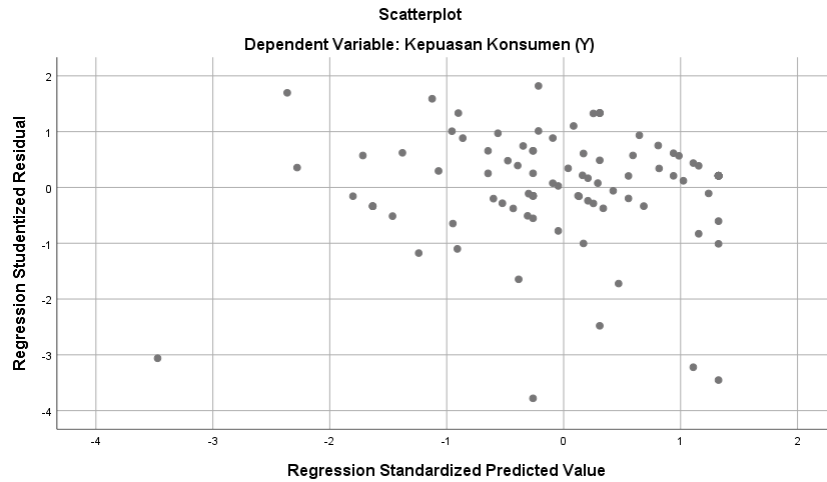
Jika nilai VIF kurang dari 10,00 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,100, tidak ada indikasi multikolinearitas.

Tabel 5. Coefficient Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	6,177	3,485		1,772	,080		
	Kualitas Pelayanan (X1)	,219	,075	,272	2,923	,004	,592	1,690
	Kualitas Produk (X2)	,559	,100	,520	5,589	,000	,592	1,690

Pada tabel coefficient terdapat nilai tolerance lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat di simpulkan uji multikolinearitas tidak ada gejala multikolinearitas.

e. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Titik-titik menyebar daripada membentuk pola gelombang, seperti yang dapat diamati dengan melihat output Scatterplot di atas, sebelum menyempit. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa heteroskedastisitas bukanlah masalah dengan hasil penelitian.

f. Uji Autokorelasi

Jika pada nilai Durbin Watson jatuh antara du dan $(4-du)$, tidak ada tanda korelasi otomatis (autokorelasi).

Tabel 6. Model Summary Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,724 ^a	,524	,514	2,495	2,267

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Dengan tingkat signifikansi 5%, nilai du ditemukan pada distribusi nilai tabel Durbin-Watson berdasarkan k (2) dan N (96). du ($1,7103$) < Durbin Watson ($2,267$) < $4-du$ ($2,2897$) menunjukkan tidak adanya gejala autokorelasi dan menunjukkan karena nilai Durbin Watson jatuh antara du dan $(4-du)$.

g. Uji T Parsial Berdasarkan Nilai Signifikansi

Variabel independen X memiliki efek parsial pada variabel dependen Y jika nilai Sig kurang dari 0,05.

Tabel 7. Uji T Parsial Berdasarkan Nilai Sig.

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	6,177	3,485		1,772	,080		
	Kualitas Pelayanan (X1)	,219	,075	,272	2,923	,004	,592	1,690
	Kualitas Produk (X2)	,559	,100	,520	5,589	,000	,592	1,690

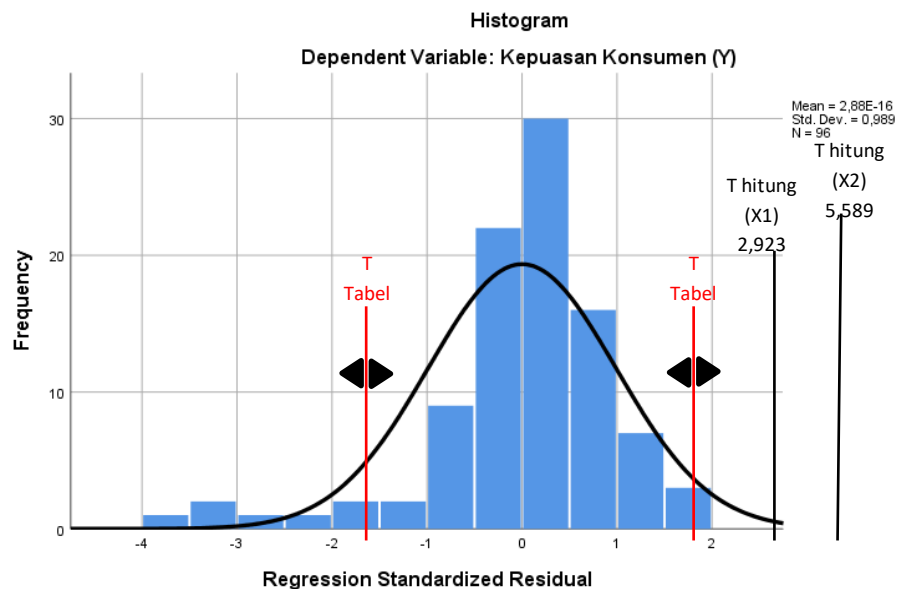
Pada tabel coefficient nilai Sig. Kualitas Pelayanan (X1) yaitu 0,04 lebih kecil dari 0,05 dan Kualitas Produk (X2) yaitu 0,00 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

h. Uji T Parsial Berdasarkan Nilai T Hitung dan Tabel

Variabel independen (X) memiliki suatu dampak parsial pada variabel dependent (Y) jika nilai t hitung lebih tinggi dari t tabel.

Tabel 8. Uji T Parsial Berdasarkan T Tabel

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	6,177	3,485		1,772	,080		
	Kualitas Pelayanan (X1)	,219	,075	,272	2,923	,004	,592	1,690
	Kualitas Produk (X2)	,559	,100	,520	5,589	,000	,592	1,690



Gambar 6. Histogram Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi secara positif oleh Kualitas layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2), berdasarkan temuan dari tes t parsial menggunakan tabel t dan menghitung nilai.

i. Uji F Secara Simultan Berdasarkan Nilai Signifikansi

Variabel independen (X) secara simultan akan mempengaruhi variabel dependent (Y) jika nilai sig kurang dari 0.05.

Tabel 9. Anova Uji F Simultan Nilai Sig.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637,876	2	318,938	51,241	,000 ^b
	Residual	578,863	93	6,224		
	Total	1216,740	95			

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 maka Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

j. Uji F Secara Simultan Berdasarkan Nilai F Tabel

Menurut Imam Ghozali (2016) Variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependent (Y) secara simultan jika nilai F hitung > F tabel.

Tabel 10. Anova Uji F Secara Simultan Nilai F Tabel

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637,876	2	318,938	51,241	,000 ^b
	Residual	578,863	93	6,224		
	Total	1216,740	95			

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui nilai f hitung yaitu 51,241 dan nilai F tabel yaitu 3,09 maka dapat disimpulkan nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel (51,241 > 3,09) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk velg HSR di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kabupaten Karawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- a. Berdasarkan hasil uji t parsial, baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai t hitung untuk kualitas pelayanan (2,923) dan kualitas produk (5,589) lebih besar dari t tabel (1,989), serta nilai signifikansi di bawah 0,05. Temuan ini mengonfirmasi bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki kontribusi penting dalam membentuk kepuasan konsumen.

- b. Kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan staf, respon cepat terhadap pertanyaan, kejelasan instruksi, serta kebersihan dan tata letak toko yang memadai, dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pelanggan cenderung merasa puas ketika mereka mendapat pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan layanan yang responsif. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Hamdani, 2021).
- c. Di sisi lain, kualitas produk yang baik, meliputi desain produk yang sesuai preferensi konsumen, penggunaan bahan yang ramah lingkungan, serta performa produk yang efektif dan tepat, juga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas ketika produk yang mereka beli memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Hamdani, 2021).
- d. Hasil uji F secara simultan juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai F hitung (51,241) lebih besar dari F tabel (3,09), dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan bagi konsumen.
- e. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,524 menunjukkan bahwa sekitar 52,4% variabilitas dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Meskipun angka ini cukup besar, masih terdapat faktor-faktor lain di luar model yang juga berkontribusi terhadap kepuasan konsumen, seperti harga, promosi, atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- f. Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kabupaten Karawang. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pihak manajemen perlu memperhatikan aspek kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersamaan. Upaya-upaya seperti pelatihan karyawan untuk meningkatkan keramahan dan kecepatan layanan, menjaga kebersihan dan tata letak toko yang nyaman, serta memastikan kualitas desain, bahan, dan performa produk velg HSR dapat dilakukan untuk memenuhi harapan konsumen.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, promosi, atau aspek-aspek lain yang relevan dalam industri velg dan aksesoris mobil. Selain itu, penelitian di masa depan juga dapat menggunakan metode kualitatif atau campuran untuk memperoleh

pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi dan pengalaman konsumen terkait kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk velg HSR di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kabupaten Karawang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa, Kualitas pelayanan di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang dinilai baik oleh konsumen yang telah membeli produk Velg HSR. Hal ini tercermin dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Aspek-aspek seperti keramahan staf, respon cepat terhadap pertanyaan, kejelasan instruksi, serta kebersihan dan tata letak toko yang memadai menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap kualitas pelayanan. Konsumen menilai kualitas produk Velg HSR yang ditawarkan oleh Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang sangat baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Desain produk yang sesuai preferensi konsumen, penggunaan bahan yang ramah lingkungan, serta performa produk yang efektif dan tepat menjadi aspek-aspek penting yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas produk Velg HSR. Kualitas pelayanan di Alpha Racing berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk Velg HSR. Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen di Alpha Racing sangat tergantung pada kualitas produk Velg HSR yang ditawarkan. Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung yang jauh lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk Velg HSR, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Interaksi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Velg HSR. Hasil uji F secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F hitung jauh lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Kombinasi antara kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang unggul dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan bagi konsumen. Faktor-faktor spesifik dalam kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen di Alpha Racing adalah keramahan staf, respon cepat terhadap pertanyaan, kejelasan instruksi, serta kebersihan dan tata letak toko yang memadai. Aspek-aspek ini menjadi poin penting dalam membentuk

persepsi positif konsumen terhadap kualitas pelayanan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

Hasil ini mengindikasikan bahwa upaya meningkatkan baik kualitas pelayanan maupun produk dapat berdampak positif terhadap kepuasan konsumen di tempat tersebut. Berdasarkan hasil pada penelitian yang menyoroti adanya korelasi signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat kepuasan konsumen di Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang, penulis memberikan beberapa saran yang relevan sebagai berikut :

1. Manajemen Alpha Racing Toko Velg Ban dan Sporing Mobil Kab. Karawang dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk meningkatkan layanan pelanggan dan kualitas produk mereka. Meningkatkan standar barang dan jasa adalah komponen kunci dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Penting bagi manajemen untuk terus memantau dan mengevaluasi kualitas pelayanan dan produk mereka secara berkala. Survei kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk ini, umpan balik langsung dari pelanggan, serta analisis data penjualan dan pengembalian barang.
3. Sebagai penelitian lanjutan, dapat dilakukan penelitian ini lebih lanjut untuk mendalam tentang elmen lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen di toko tersebut, serta untuk mengidentifikasi strategi yang lebih spesifik untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ariyanti, F., Sunaryo, S., & Nurmalina, R. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, Vol. 15. No. 3.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17. No. 2.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, Vol. 1. No. 1.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Doctoral dissertation, Udayana University*.
- Frida, Okta, V. C. (2021) *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Isyanto Puji, Wanta. (2022). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang". *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Pearson Education, Hoboken.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, Vol. 1. No. 2.
- Nugroho, A., & Sumarsono, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg HSR. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12. No. 2.
- Pratama, R., & Suryani, A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 15. No. 1.
- Putra, A., & Suryani, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 14. No. 2.
- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpti, N. W. S., & Riyadi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Velg. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 16. No. 1.
- Suroso, Suherman Enjang, Sumarni Neni. (2022). "Efek Mediasi Kepuasan Mahasiswa Pada Pengaruh Kinerja Dosen Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Loyalitas Mahasiswa (Studi Mahasiswa Kabupaten Karawang)". *Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian (Knpp) Ke-2*.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 7. No. 1.