

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DND PET TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Edwin Soekotjo

Universitas Ciputra Surabaya

E-mail: esoekotjo01@student.ciputra.ac.id

Abstract: *The purpose of this research is to find out the influence of product quality and service quality of Dnd Pet on customer satisfaction. The variables that are done in this research are product quality and service quality variables as independent variables and consumer satisfaction as dependent variable. The method in this research is quantitative data analysis method with SPSS. The sample of this research is consumers who have purchased more than twice at Dnd Pet (Shopee) with the number of 246 people. The method that is used in sampling in this research is probability sampling with data collection using a questionnaire that is distributed using Google Form with Likert Scale. Based on the result of the analysis that has been done, it is known that product quality and service quality variables have significant influence on customer satisfaction.*

Keywords: *product quality, service quality, customer satisfaction*

Abstrak: *Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan Dnd Pet terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang diteliti di dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Metode dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif dengan SPSS. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli lebih dari dua kali di Dnd Pet (Shopee) yang berjumlah 246 orang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel di penelitian ini adalah probability sampling dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar menggunakan Google Form dengan skala likert. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan diketahui variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.*

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Di era bisnis modern seperti saat ini, diperlukan kualitas produk yang kuat serta diimbangi dengan kualitas layanan yang baik di sebuah perusahaan. Di tengah wabah Covid-19 banyak kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah untuk mengurangi mobilitas pergerakan masyarakat agar peningkatan jumlah orang yang terkena covid menurun. Kebijakan yang dilakukan pemerintah adalah PPKM dan PSBB. Kebijakan ini menyebabkan banyak masyarakat merasa jenuh dan akhirnya membeli hewan peliharaan.

Ditunjukkan dari tingkat penjualan hewan meningkat selama pandemi antara bulan Juni dan Juli 2020. Penjualan anjing di beberapa pet shop meningkat 30 hingga 40 persen dari sebelum pandemi Covid-19 menurut lifestyle.okezone.com. Peningkatan ini juga berpengaruh terhadap industri yang berkaitan dengan hewan, seperti penjual makanan hewan, peralatan hewan, aksesoris seperti baju dan kalung hewan.

Fenomena ini membuat peneliti melihat peluang bisnis untuk produk-produk hewan seperti baju anjing dan kucing, aksesoris hewan, serta perlengkapan hewan dengan mendirikan Dnd Pet yang merupakan perusahaan berbasis online dan offline store yang berdiri sejak bulan Oktober tahun 2020 yang bergerak di bidang perlengkapan hewan seperti baju, aksesoris, serta perlengkapan kasur dan mainan hewan khususnya anjing dan kucing.

Permasalahan yang terjadi terletak pada kualitas produk antara produk impor dan hand made Dnd Pet. Perbedaan kualitas produk dari produk impor dan hand made menjadi masalah terkait kualitas produk dikarenakan masih ada perbedaan kualitas dari segi jahitan produk hand made yang belum rapi serta produk-produk impor sudah terjamin kualitasnya. Permasalahan berikutnya terletak pada pelayanan yang diberikan Dnd Pet terkait kualitas pelayanan terdapat pada layanan chat balasan ke konsumen di Shopee dengan persentase chat yang tidak dibalas adalah 10%. Angka ini menjadi acuan yang harus diperbaiki oleh Dnd Pet untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun tujuan dari penelitian pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Dnd Pet terhadap kepuasan konsumen adalah untuk mengetahui hubungan dari kualitas produk dan pelayanan dapat menimbulkan kepuasan konsumen Dnd Pet.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Kualitas Produk (X_1)

Afnina dan Hastuti (2018), kualitas produk adalah usaha dari perusahaan untuk menjual produk yang melebihi keinginan dari konsumen terkait kualitas dari produk tersebut dan kualitas produk akan selalu berubah menyesuaikan kondisinya seperti produk yang dianggap berkualitas saat ini mungkin akan berubah anggapan dari konsumen di masa yang akan datang.

Kualitas pelayanan (X_2)

Sulaeman (2018:217) adalah sebuah prioritas atau kelebihan yang diberikan perusahaan dalam segi jasa sehingga dapat dinilai layanan yang diberikan perusahaan oleh konsumen dan memiliki tujuan utama untuk memuaskan pelanggan dalam segi pelayanan yang memenuhi standar konsumen.

Kepuasan Konsumen (Y)

Sudirman et al. (2020) adalah respon dari konsumen setelah memakai atau menggunakan produk atau jasa perusahaan, produk atau jasa ini akan dilakukan perbandingan kinerja dari produk tersebut dengan apa yang diharapkan atau diinginkan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Penelitian Terdahulu

Penelitian menggunakan jurnal nasional yang diteliti Mahira et al. (2021) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome.”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan layanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebuah aset yang penting bagi sebuah perusahaan jadi penelitian ini bertujuan untuk analisa pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang akan menimbulkan kepuasan konsumen indihome di wilayah Tanjung Priok, Jakarta Utara lalu konsumen yang puas akan loyal terhadap suatu produk karena kepuasan pelanggan adalah faktor utama dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode data kuantitatif dengan populasi dari penelitian adalah pengguna Indihome di Tanjung Priok, Jakarta Utara dengan sampel sebesar 50 konsumen yang pernah memakai indihome dengan metode purposive sampling. Teknik penentuan sampel sendiri digunakan teknik purposive sampling yang

merupakan bagian dari teknik non probability sampling dan penelitian ini menggunakan alat bantu analisis PLS (Partial Least Square) dengan software smartPLS 3.0. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome dan kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Relevansi dengan penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Penelitian menggunakan jurnal yang diteliti oleh Mahmud (2021) untuk menjadi jurnal nasional pertama dengan judul penelitiannya yaitu “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Transmart Setiabudi Semarang”. Adanya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Transmart Setiabudi Semarang. Untuk metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling dengan mencari data dari 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Keterkaitan penelitian ini terdapat pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian menggunakan jurnal yang diteliti oleh Ramadhani (2021) untuk menjadi jurnal nasional pertama dengan judul penelitiannya yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Robo Pet Shop Yogyakarta)”. Adanya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan Robo Pet Shop Yogyakarta. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan survey pengambilan sampel (purposive sampling) dimana responden adalah orang-orang yang memiliki hewan peliharaan dan pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di Robo Pet Shop dengan mencari data dari 106 responden konsumen dan hasil dari penelitian tersebut dihitung menggunakan SPSS. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan Robo Pet Shop, harga juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Keterkaitan penelitian ini terdapat pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dari Aldweeri et al. (2017) menyatakan bahwa kualitas produk atau jasa menghasilkan dampak terhadap kepuasan konsumen di suatu produk. Jika produk memiliki kualitas baik, konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Penelitian serupa dari Handayani & Handayani (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap timbulnya kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut Mahira et al. (2021) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas karena konsumen yang puas menjadi loyal terhadap produk tersebut, kepuasan ini terbentuk dari kualitas produk serta layanan suatu perusahaan yang kemudian akan timbul citra merek pada konsumen dan konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut. Menurut Mahmud (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

H1: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dari oleh Handayani & Handayani (2018) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap timbulnya kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Kepuasan ini yang membentuk loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian serupa dari Scorita & Nurmahdi (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah atau konsumen. Menurut Mahmud (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Ramadhani (2021)

menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengumpulkan data-data berbentuk angka serta dilakukan dengan menggunakan jumlah responden yang banyak. (Sugiyono 2017:8).

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) adalah sebuah wilayah general yang mempunyai objek dan subjek yang memiliki ciri - ciri dan kemiripan tertentu dan ini akan dipelajari oleh peneliti dan peneliti juga mencari kesimpulannya. Berdasarkan dari definisi populasi tersebut maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini yaitu keseluruhan konsumen atau pelanggan Dnd Pet yang sudah melakukan pembelian produk minimal 2x secara online dengan menggunakan market place Shopee. Jumlah populasi di dalam penelitian ini adalah 634 orang.

Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019:127) adalah sebuah bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik atau ciri-ciri dan semakin bertambah besar sebuah populasi maka juga akan berpengaruh dengan semakin sulit peneliti mempelajari atau mengidentifikasi keseluruhan populasi. Maka oleh karena itu peneliti dapat memakai sampel dari populasi. Sampel dari penelitian ini sebanyak 246 konsumen Dnd Pet di Shopee yang sudah melakukan pembelian produk minimal 2 kali.

Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala likert dalam kuesionernya. Teknis pelaksanaannya adalah dengan cara, peneliti membagikan kuesioner kepada responden, kemudian kuesioner tersebut diisi oleh responden.

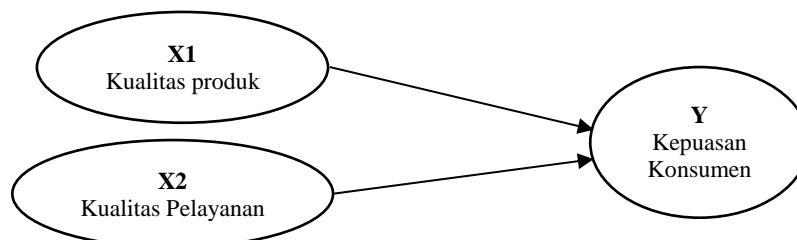
Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, Sumber data penelitian ini adalah primer dan sekunder dan skala penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan software SPSS

Gambar 1. Kerangka Konseptual



ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	<i>Correlation Pearson</i>	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,789	0,000	Valid
	X1.2	0,841	0,000	Valid
	X1.3	0,819	0,000	Valid
	X1.4	0,842	0,000	Valid
	X1.5	0,722	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,755	0,000	Valid
	X2.2	0,814	0,000	Valid
	X2.3	0,853	0,000	Valid
	X2.4	0,853	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,818	0,000	Valid
	Y1.2	0,784	0,000	Valid
	Y1.3	0,788	0,000	Valid
	Y1.4	0,735	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Uji validitas pada setiap variabel memiliki nilai signifikansi yaitu 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05 maka diartikan semua pertanyaan di tiap variabel adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,862	Reliabel
	X1.2		Reliabel
	X1.3		Reliabel
	X1.4		Reliabel
	X1.5		Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,836	Reliabel
	X2.2		Reliabel
	X2.3		Reliabel
	X2.4		Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	0,787	Reliabel
	Y1.2		Reliabel
	Y1.3		Reliabel
	Y1.4		Reliabel

Sumber: Data Diolah (2022)

Uji reliabilitas menunjukkan keseluruhan hasil cronbach's alpha dari setiap variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Pada variabel kualitas produk cronbach's alpha 0,862 yang berarti data dinyatakan reliabel karena hasil lebih besar dari nilai 0,60. Berikutnya untuk kualitas pelayanan cronbach's alpha 0,836 dengan hasil ini data dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60 dan untuk kepuasan konsumen cronbach's alpha 0,787 dengan hasil tersebut data dinyatakan reliabel dikarenakan lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.
	0,130

Sumber: Data Diolah (2022)

Menunjukkan bahwa nilai Monte Carlo Sig. di dalam pengujian normalitas sebesar 0,130 atau lebih besar dari nilai 0,05 dan dengan hasil ini dapat disimpulkan bahwa model regresi uji normalitas berdistribusi dengan normal.

Uji t

Tabel 4. Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	8,583	0,000
TOTAL_X1	7,654	0,000
TOTAL_X2	5,324	0,000

Sumber: Data Diolah (2022)

Uji t menunjukkan nilai signifikansi pada variabel kualitas produk (X1) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dengan hasil ini H0 ditolak dan H1 diterima. Hasil ini membuat secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima dengan hasil ini secara parsial dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Uji F

Tabel 5. Uji F

Model	Mean Square	F	Sig.
Regression	276,067	125,94	0,000
Residual	2,192		

Sumber: Data Diolah (2022)

Memperlihatkan nilai signifikansi dari setiap variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan ini menyatakan bahwa secara simultan variabel kualitas produk (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) secara stimulan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Dnd Pet.

Hasil Uji Hipotesis

1) Secara Parsial

Hasil dari uji hipotesis secara parsial pada penelitian ini dilakukan dengan uji t sebagai berikut:

Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Dnd Pet. Tabel 4 memperlihatkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas produk (X1) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dengan hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dengan hasil ini dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan. Maka dengan hasil ini hipotesis diterima.

2) Secara Stimulan

Hasil dari uji hipotesis secara stimulan pada penelitian ini dilakukan dengan uji f sebagai berikut:

Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara stimulan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Dnd Pet. Berdasarkan Tabel 5 memperlihatkan nilai signifikansi dari setiap variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) secara stimulan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Dnd Pet sehingga hipotesis ini diterima. Hasil dari uji f sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan, dimana konsumen mementingkan kualitas produk yang konsumen beli untuk hewan peliharaan serta dengan adanya kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen dapat membuat konsumen menjadi puas terhadap produk dan layanan dari Dnd Pet.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden Dnd Pet dapat dinyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal dinyatakan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Pernyataan ini bisa dibuktikan kebenarannya dengan hasil dari uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas produk (X1) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dengan hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aldweeri et al. (2017). yang menyatakan bahwa kualitas produk atau jasa menghasilkan dampak terhadap kepuasan konsumen di suatu produk. Jika produk memiliki kualitas baik, konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Kemudian menurut Handayani & Handayani (2018) menunjukkan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap timbulnya kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumen semakin loyal dan puas terhadap produk dari suatu bisnis dan hal ini akan menjadi keunggulan bagi sebuah bisnis untuk semakin maju. Kualitas produk akan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen jadi jika kualitas produk baik maka konsumen juga akan puas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap responden Dnd Pet dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal dinyatakan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Pernyataan ini bisa dibuktikan kebenarannya dengan hasil dari uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dengan hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Scorita & Nurmahdi (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah atau konsumen. Kemudian penelitian berikutnya dilakukan oleh Ramadhani (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi pertimbangan bagi konsumen sebelum membeli produk dari perusahaan dan dengan kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen puas terhadap kinerja dari perusahaan.

Implikasi Penelitian

Dari segi kualitas produk, Dnd Pet memiliki produk-produk dengan kualitas baik ini terbukti dari produk yang Dnd Pet jual adalah produk impor yang sudah terjamin kualitasnya serta review terkait kualitas produk dari Dnd Pet di Shopee namun ada beberapa hal negatif dari kualitas produk dari Dnd Pet hand made karena masih ada produk yang masih kurang dalam ukuran yang belum cocok dengan hewan peliharaan, terlihat bekas jahitan benang, noda kotor, hal ini yang menjadi perhatian untuk Dnd Pet kedepannya untuk hal tersebut Dnd Pet harus meningkatkan kualitas produk berdasarkan apa yang sudah dirasakan oleh konsumen seperti dalam produk hand made ditingkatkan agar serupa dengan produk impor, dan semakin konsisten dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen.

Dari segi kualitas pelayanan, Dnd Pet memiliki kualitas pelayanan yang baik terbukti dengan Dnd Pet mendapat Star seller + di shopee dimana untuk mendapatkan Star seller + Dnd Pet harus menjaga kualitas pelayanan berupa membalas pesan dari konsumen diatas 85%, berikutnya Dnd Pet juga memiliki 4 admin WA dan admin instagram yang membuat Dnd Pet sangat responsif dalam membalas pesan dari pelanggan, Dnd Pet juga memiliki fitur retur bagi para konsumen yang ingin menukarkan produk yang dibeli jika salah ukuran atau kebesaran. Untuk hal tersebut Dnd Pet harus semakin responsif membalas pesan dari konsumen, melakukan evaluasi berdasarkan keluhan pelayanan dari konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Dnd Pet.
2. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Dnd Pet.

Saran Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi masukan dan bisa dijadikan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan demi menjadikan konsumen semakin puas terhadap kualitas produk dan pelayanan perusahaan. Kepuasan dari konsumen dapat terlihat dari konsumen akan melakukan pembelian produk secara terus menerus dan berkelanjutan serta berdampak terhadap peningkatan pembelian bagi perusahaan.

Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian ini dapat dijadikan ilmu serta berdampak terhadap pembaharuan pengetahuan terkait bisnis yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen serta menjadi masukan bagi peneliti dalam memakai teori dan metode penelitian ini kedepannya agar dapat berguna di dalam bisnis.

Saran Bagi Akademisi

Diharapkan dapat dijadikan acuan dan sumber informasi serta pengetahuan terhadap penelitian di masa yang akan datang dan dapat menciptakan penelitian yang semakin baik sehingga penelitian yang terkait dengan tema ini tidak berhenti dan terus ada kedepannya.

Keterbatasan Penelitian

1. Jawaban responden saat mengisi kuesioner di dalam penelitian ini belum tentu sesuai dengan harapan peneliti.

2. Kejujuran responden dalam mengisi kuesioner di dalam penelitian ini belum tentu sesuai dengan harapan peneliti

REFERENSI

- Afnina. A., dan Hastuti. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 9 No. 1, Hal 21–30.
- Al-dweeri, R. M., Obeidat, Z. M., Al-dwiry, M. A., Alshurideh, M. T., & Alhorani, A. M. (2017). The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust. *International Jurnal of Marketing*, Vol. 9 No. 2.
- Anam, M., Nadila, D., Anindita, T., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, Vol. 6 No. 2, hal 77–85.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Handayani, R., & Handayani T. (2018). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Home Industri Frozen Food), *Seminar Nasional Edusainstek*, ISBN :978-602-5614-35-4
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta) Vol. 2 No. 2.
- Khadka, K., & Maharjan, S. (2017). *Customer Satisfaction And Customer Loyalty*. Thesis Centria University Of Applied Sciences Business Management.
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Kfc Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Feb Unbaja*, hal 1–12.
- Nuridin (2018). Effect of service quality and quality of products to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable in PT. Nano Coating Indonesia. *International Journal of Business and Applied Social Science*, Vol. 4 No. 1, hal 19-31.

- Mahira., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, hal 1267-1283.
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang . Anindyaguna Ekonobisnis : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna, 3(1), 159-166.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 6 No.3, hal 1658–1667.
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam. Jurnal EMBA: Studi Manajemen, Vol. 8 No. 1, hal 19–26.
- Oktareza, M. E. T., Halin, H., & Handayani, S. (2020). The Effect of Service on Customer Satisfaction at PT Pandu Siwi Sentosa. International Journal of Community Service & Engagement, Vol. 1 No. 1, hal 19-26.
- Priyastama, R. (2017). Buku Sakti Kuasai SPSS. Bantul: PT. Anak Hebat Indonesia.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta, Vol. 4 No. 2, hal 1–8.
- Ramadhani, D. J., (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Robo Pet Shop Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).
- Roellyanti, M. V. (2019). 1 Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Lion Air. Jurnal Manajemen Dirgantara, 12(2), 43-50.
- Scorita, K. B., & Nurmahdi, A. (2018). Kualitas Layanan Dan Citra Merek Berpengaruh PadaKepuasan Nasabah Serta Berdampak Terhadap Loyalitas. Jurnal Administrasi Kantor Vol 6, No 2.
- Santoso, S. (2016). Panduan Lengkap SPSS Versi 23. Jakarta : Elekmedia Computindo.
- Sudirman, A., Efendi, E. & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. Journal of Business and Banking, Vol. 9 No. 2, hal 323–335.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

- Suhairi, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Honda Autobest Bandung. *Jurnal Sarana Komunikasi dan Penyebarluasan Informasi*, Vol. 14 No. 3,
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulaeman, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cakrawala Citramega. *Jurnal KREATIF*, Vol. 6 No. 1, hal 125–145.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik (3rd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, Vol. 1 No. 2, hal 208.
- Utami, A. A., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5 No. 3, Hal 1-9.