



Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemesanan Kembali terhadap Kepuasan Konsumen Gerobak Suroboyo

Sefika Mahardian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Kupang Baru No.8, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya, Jawa Timur 60189

Abstract. *This research aims to determine and analyze the influence of product quality, service quality and partial and simultaneous reorders on Suroboyo Gerobak consumer satisfaction. This type of research is research with a quantitative approach. The population in this study were Suroboyo Cart consumers who made purchases more than once, namely 200 consumers. Determining the sample in the study used probability sampling using the Slovin formula so that the number of samples in this study was 100 consumers of Gerobak Suroboyo. The data analysis method in this research uses SPSS analysis tools through validity, reliability, classical assumption tests, namely normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression, t test, F test and correlation and determination coefficients. The results of this research show that (1) the product quality variable has no effect on consumer satisfaction, this is proven by the significance value of $0.441 > 0.05$. (2) The service quality variable has a significant effect on consumer satisfaction, this is proven by the significance value of $0.026 < 0.05$. (3) The reorder variable has a significant effect on consumer satisfaction, this is proven by the significance value of $0.033 < 0.05$. (4) Simultaneous test results show that the variables of product quality, service quality and reorders have an influence on Suroboyo Cart consumer satisfaction. This can be proven by the results of $F_{count} (9.657) > F_{table} (2.700)$ or a significance value < 0.05 .*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Simultaneous reorders, Consumer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemesanan kembali secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Gerobak Suroboyo. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen Gerobak Suroboyo yang melakukan pembelian lebih dari sekali yaitu sebanyak 200 konsumen. Penentuan sampel pada penelitian menggunakan probabilitas sampling melalui rumus slovin sehingga diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini 100 konsumen Gerobak Suroboyo. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F dan Koefisien korelasi dan determinasi. Hasil penelitian ini diketahui (1) Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,441 > 0,05$. (2) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,026 < 0,05$. (3) Variabel pemesanan kembali berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,033 < 0,05$. (4) Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemesanan kembali berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gerobak Suroboyo, hal ini dapat dibuktikan hasil $F_{hitung} (9,657) > F_{tabel} (2,700)$ atau nilai signifikansi < 0.05 .

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pemesanan Kembali, Kepuasan Konsumen

1. LATAR BELAKANG

Meningkatnya tempat nongkrong yang terjadi di masyarakat membuat persaingan menjadi semakin meningkat. Oleh karena itu, para pemilik usaha harus melakukan pemasaran produknya dengan tepat untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas agar konsumen mudah mendapatkan apa yang dibutuhkannya sehingga konsumen merasa puas karena dapat menemukan produk sesuai yang diharapkannya. Untuk menunjang usahanya,

maka pemilik usaha kuliner khususnya angkringan harus memiliki gerobak yang memiliki desain unik untuk dapat menarik perhatian konsumen.

Gerobak Suroboyo memproduksi gerobak unik, rombongan, booth, dan lain sebagainya untuk penunjang para pebisnis kuliner di Surabaya. Gerobak Suroboyo yang beralamat di Jl. Raya Medokan Sawah Timur, No 73 Medokan Ayu, Kec. Rungkut, Surabaya siap melayani kebutuhan para pemilik usaha kuliner dari manapun, dan siap membuat sesuai dengan kebutuhan dan budget dari para pengusaha kuliner. Adapun barang yang di produksi oleh Gerobak Suroboyo dipastikan tidak monoton, selalu memiliki produk produk baru yang inovatif dan menarik sehingga membuat para pemilik usaha merasa puas.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul pada diri seseorang akibat membandingkan hasil kinerja dengan harapan yang mereka inginkan. Sedangkan rasa ketidakpuasan timbul ketika kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan dan harapan konsumen (Kotler dalam Kasinem, 2020:330). Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang setelah menikmati suatu produk atau jasa dengan membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diharapkan.

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen dan merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus diciptakan perusahaan karena tanpa adanya suatu produk perusahaan tidak bisa menawarkan sesuatu kepada konsumen. Perusahaan harus benar-benar menciptakan produk yang berkualitas yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumennya agar konsumen merasa puas ketika menikmati produk tersebut. Penetapan harga juga merupakan hal penting agar produk yang diciptakan memiliki suatu nilai.

Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan produknya karena jika harganya tidak sesuai misalnya terlalu mahal tetapi produknya biasa-biasa saja maka konsumen juga tidak akan mau membeli produk tersebut. Penentuan tempat memasarkan produk juga sangat penting untuk diperhatikan di mana tempat yang dipilih haruslah tempat yang strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen sehingga produk yang dijual mudah ditemui oleh konsumen.

Tidak hanya ketiga hal tersebut, kegiatan promosi juga sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan karena dengan promosi produk yang dijual akan mudah diketahui oleh masyarakat luas sehingga membuat produk tersebut lebih banyak diminati. Oleh karena itu, keempat hal tersebut harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan agar konsumen tertarik

untuk melakukan pembelian di tempat tersebut dan setelah melakukan pembelian para konsumen merasa puas dengan apa yang didapatkannya tersebut.

Apabila kinerja dari suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas produk yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut Meutia (2020:6) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. Jika suatu produk memenuhi indikator tersebut dengan baik maka kualitas produk tersebut bisa dikatakan bagus.

Yang terjadi pada Gerobak Suroboyo yaitu pelayanan dari karyawan Gerobak Suroboyo dinilai cukup responsif karena menjelaskan seluruh produk yang ada beserta dengan kekurangan dan kelebihan masing masing, akan tetapi tidak semua konsumen paham dengan barang apa yang akan dipilihnya, sehingga banyak dari konsumen yang sudah dijelaskan keunggulan produk masing masing dan tidak dapat memilih produk mana yang akan dibelinya. Pada poin ini maka karyawan Gerobak Suroboyo akan mengalami situasi yang tidak baik, jika konsumen terus menerus ditanya memilih produk yang mana akan membuat karyawan merasa terganggu. Sedangkan jika konsumen tidak ditanya akan memilih produk yang mana, maka tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut akan beralih ke tempat yang lain.

Permasalahan yang biasa terjadi pada Gerobak Suroboyo adalah permintaan dari konsumen yang menginginkan barang bagus, kuat dan berkualitas akan tetapi tidak menjelaskan secara detail jenis kayu yang akan digunakan, ketika barang telah jadi tidak sedikit konsumen yang minta untuk barangnya dirombak ulang atau diperbaiki. Sehingga dalam hal ini cukup membuat Gerobak Suroboyo harus menambah waktu pengerjaan, akan tetapi jika tidak dilaksanakan dengan baik maka akan membuat konsumen tidak puas dengan hasilnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Keller (2019) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide. Menurut Mowen (2018) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Menurut Armstrong (2018)

kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian.

Suatu pelayanan harus memiliki kualitas yang baik. Sedangkan yang dimaksud pelayanan menurut Tjiptono (2016:157) mendefinisikan bahwa “Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen”. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut akan di persepsikan baik atau positif. Jika pelayanan yang dipersepsikan melebihi pelayanan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian sebaliknya, jika pelayanan yang dipersepsikan lebih jelek dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan buruk atau negatif.

Niat untuk menggunakan kembali mewakili niat dari customer untuk menggunakan kembali suatu barang atau jasa (Malhotra, Sahadev, & Purani, 2017). Niat untuk menggunakan kembali merupakan niat seseorang untuk melanjutkan penggunaan atau adopsi suatu benda (Hong et al., 2017). Sikap yang baik dari konsumen e-commerce yang menghasilkan perilaku penggunaan atau pembelian secara berulang. Intention to reuse merupakan niat dari konsumen untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang ditawarkan. niat untuk menggunakan kembali dapat dipengaruhi oleh kepuasan (satisfaction) dan perceived usefulness (He, Kim, & Gong, 2017).

Menurut Kotler dan Keller (2019), bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil atau dari sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut Alma (2016), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Menurut (Philip, 2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapannya.

Berdasarkan kerangka pemikiran operasional konseptual diatas maka dapat di ajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H3: Pemesanan Kembali berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H4: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pemesanan Kembali secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen Gerobak Suroboyo yang melakukan pembelian lebih dari sekali yaitu sebanyak 200 konsumen. Penentuan sampel pada penelitian menggunakan probabilitas sampling melalui rumus slovin sehingga diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini 100 konsumen Gerobak Suroboyo. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F dan Koefisien korelasi dan determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gerobak Suroboyo merupakan Culinary Business Solution, yang fokus bergerak dibidang jasa produksi rombongan / booth, Cafe interior, mini cafe, counter, Perlengkapan kantor, sekolah dan furniture. Mengingat semakin pesatnya perkembangan usaha kuliner di Indonesia kami berkomitmen untuk membantu mempromosikan dan mengembangkan usaha kuliner Anda. Didukung dengan desain rombongan yang mewah, serta harganya yang murah akan membuat brand produk anda semakin waaaah. Gerobak Suroboyo yang beralamatkan di Jl. Medokan Sawah Timur Gg IX No.05 Rungkut Surabaya 60295 dan terdapat workshop didalamnya yang mana klien dapat melihat contoh atau bentuk gerobak yang telah dihasilkan oleh Gerobak Suroboyo. Atau dapat mengakses melalui website resmi Gerobak Suroboyo pada <https://www.gerobaksuroboyo.com/> tersedia berbagai contoh gambar gerobak proyek yang telah dilakukan.

1. Hasil Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r hitung lebih besar dari r table untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah sampel (n). Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2020). Butir instrumen dikatakan valid jika nilai masing-masing

koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya. (Burhan Nurgiyantoro, 2018:298).

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

Item	(Angka korelasi) r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Hasil uji
X1-1	0,456	0,1966	0,000	Valid
X1-2	0,446	0,1966	0,000	Valid
X1-3	0,666	0,1966	0,000	Valid
X1-4	0,565	0,1966	0,000	Valid
X1-5	0,556	0,1966	0,000	Valid
X1-6	0,522	0,1966	0,000	Valid
X1-7	0,507	0,1966	0,000	Valid
X1-8	0,559	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data diolah 2024

Pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel kualitas produk (X_1), adalah valid, hal ini dibuktikan dengan nilai masing-masing koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai probalitas ($<$ dibawah 0,05) sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,713	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,636	Reliabel
Pemesanan Kembali	0,614	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,718	Reliabel

Sumber : Data diolah 2024

Dari masing-masing variabel diperoleh koefisien alpha lebih besar dari 0,6. Untuk instrumen yang berupa alat tes atau angket, apabila koefisien alpha di atas 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut dikatakan reliabel. Dengan demikian data dari populasi yang peneliti teliti termasuk dalam kategori valid dan reliabel, sehingga layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

3. Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39000832
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.069
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.146

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan hasil sig. (2-tailed) $\geq 0,05$ yaitu sebesar 0,146. Bahwa data tersebut dinyatakan berdistribusi normal. Sehingga layak untuk dilakukan uji selanjutnya.

4. Hasil Uji Multikolinearitas

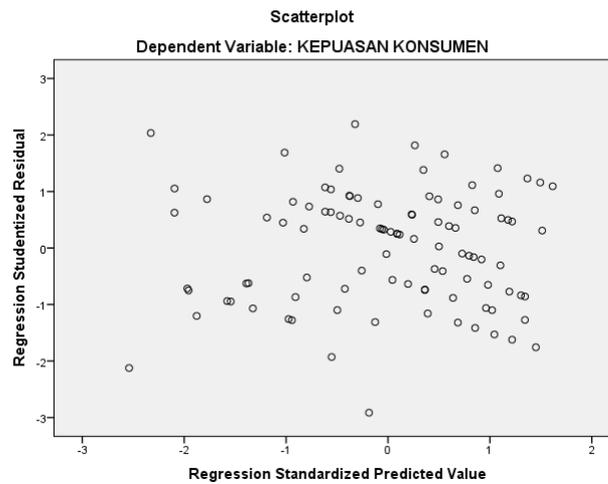
Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,787	1,271
Kualitas Pelayanan	0,641	1,559
Pemesanan Kembali	0,625	1,599

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari seluruh variabel bebas dalam penelitian ini diatas 0,1. Kualitas produk menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,787; Kualitas pelayanan nilai tolerance sebesar 0,641; Pemesanan Kembali nilai tolerance sebesar 0,625.

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Scatterplot

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan gambar 4.2 grafik scatterplot dapat terlihat suatu model regresi mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Jika terdapat pola tertentu dalam grafik maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dari Gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini. Artinya tidak ada korelasi antara besar data dengan residual, sehingga apabila data diperbesar maka tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula

6. Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Regresi Analisis

Variabel	Koefisien regresi	t hitung	Sig.
Kualitas Produk (X ₁)	0,057	0,773	0,441
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,140	2,260	0,026
Pemesanan Kembali (X ₃)	0,166	2,157	0,033
Konstanta : 11,926		F hitung : 9,657 Sig : 0,000	

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel hasil perhitungan regresi linier berganda tersebut diatas maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

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

$$Y = 11,926 + 0,057X_1 + 0,140X_2 + 0,166X_3$$

7. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan dan pemesanan kembali mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda $Y = 11,926 + 0,057X_1 + 0,140X_2 + 0,166X_3$ semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemesanan kembali terhadap kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji statistik variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dibuktikan nilai signikansi $0,441 > 0,05$. Pada variabel tersebut mengindikasikan bahwa barang yang dijual memiliki spesifikasi yang sesuai dengan deskripsi pemaparan dari Gerobak Suroboyo. Akan tetapi saat barang diterima oleh konsumen terdapat beberapa permasalahan seperti roda gerobak yang kurang berfungsi atau mengalami macet akibat kurangnya pelumas atau oli, sehingga pada pernyataan Barang yang Anda pesan berfungsi dengan baik memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan pernyataan yang lain pada variabel kualitas produk.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji statistik variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dibuktikan nilai signikansi $0,026 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner diketahui bahwa karyawan Gerobak Suroboyo memiliki komunikasi yang baik, hal ini sesuai dengan hasil koefisien determinasi dari variabel kualitas pelayanan yang memiliki nilai pengaruh paling besar dibandingkan dengan 2 variabel bebas lainnya yaitu kualitas produk dan pemesanan kembali. Kualitas pelayanan memiliki nilai pengaruh sebesar 5,06% terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan pada Gerobak Suroboyo menerima layanan after sales atau layanan setelah pembelian, yaitu berupa layanan service atau complain dari klien. Sehingga Gerobak Suroboyo memiliki tanggungjawab yang baik atas produk yang dijualnya. Pelayanan menurut Kasmir (2017) tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sesama karyawan dan juga pimpinan. Kualitas layanan menjadikan tolak ukur bagi konsumen bagaimana keseriusan perusahaan dalam melayani atau menjamu konsumen.

Pengaruh Pemesanan kembali Terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji statistik variabel pemesanan kembali berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dibuktikan nilai signifikansi $0,033 > 0,05$. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner diketahui bahwa konsumen Gerobak Suroboyo memiliki keinginan untuk membeli di Gerobak Suroboyo memiliki nilai rata-rata tertinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Gerobak Suroboyo memiliki produk yang banyak diminati, disukai dan dibutuhkan oleh pelaku usaha UMKM saat ini. Niat untuk menggunakan kembali mewakili niat dari customer untuk menggunakan kembali suatu barang atau jasa (Malhotra, Sahadev, & Purani, 2017). Sikap yang baik dari konsumen e-commerce yang menghasilkan perilaku penggunaan atau pembelian secara berulang. Intention to reuse merupakan niat dari konsumen untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang ditawarkan. niat untuk menggunakan kembali dapat dipengaruhi oleh kepuasan (satisfaction) dan perceived usefulness (He, Kim, & Gong, 2017).

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemesanan kembali Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan diperoleh F_{hitung} sebesar 9,657 yang berarti $F_{hitung} (9,657) > F_{tabel} (2,700)$ jadi H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Pemesanan Kembali berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Gerobak Suroboyo terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar Saputro dan Muhammad Jalari (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Roti Bakar. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Roti Bakar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,441 > 0,05$. Hal ini dikarenakan Gerobak Suroboyo lebih fokus pada kualitas pelayanan after sales.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,026 < 0,05$. Gerobak Suroboyo

bertanggungjawab atas produk yang dihasilkan yaitu dengan memberikan layanan complain atau servis after sales/pembelian.

3. Variabel pemesanan kembali berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dari nilai signifikansinya $0,033 < 0,05$. Klien yang melakukan pemesanan kembali sudah pasti karena merasa puas baik dari produk maupun hal lainnya.
4. Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemesanan kembali berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gerobak Suroboyo, hal ini dapat dibuktikan hasil Fhitung (9,657) $> F_{tabel} (2,700)$ atau nilai signifikansi < 0.05 .

Saran yang dapat diberikan untuk :

1. Gerobak Suroboyo
Melakukan training atau pelatihan terkait product Knowledge kepada karyawan Gerobak Suroboyo dan memperhatikan produk yang dihasilkan agar meminimalisir adanya malfungsi atau eror saat barang diterima oleh pembeli.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian ini seperti Harga, Promosi dan Citra Merek.

DAFTAR REFERENSI

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 2019. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*.
- Andika, Roni, et al. 2022. 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 Vol. 1, No. 4, April 2022 : 692 – 712. E-ISSN : 2964-898X*.
- Daulay, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelyanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK), 2, 89–110*.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Fateha, Husnul, Rahman Dayani. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Di Moka Store.

- Handayani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu.
- Junanto, Rizki Dimas and Samiono, Bambang Eko (2022) Analisis pengaruh intention to reuse pada jasa hotel kapsul berbasis digital. *Transformasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4 (1). pp. 1-14. ISSN 1907-3429.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2019. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, R (2018), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Lutfie, dkk., 2016, Pengaruh Kualitas Layanan dan Pelayanan Tambah Daya Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Cijawura. Bandung : *Journal eProceedings of Applied Science* Vol1 No.1, Hal 1-9
- Malhotra, N., Sahadev, S., & Purani, K. (2017). Psychological contract violation and customer intention to reuse online retailers: Exploring mediating and moderating mechanisms. *Journal of Business Research*, 75, 17–28. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.01.013>
- Meutia, K. I., & Husada, C. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 119–126. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.246>
- Mohamad, Roni dan Endang Rahim. 2022. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah”. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, Vol. 2, No. 1.
- Mowen, 2018, *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 Jilid 2. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Mukarom, Zaenal., Muhibudin Wijaya Laksana. (2016). *Membangun Kinerja Pelayanan Publik Menuju Clean Government and Good Governance*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priharto, S. (2020, August). Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis. *Accurate*. <https://accurate.id/marketingmanajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>
- Saputro, Fajar, Muhammad Jalari. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *JURMA : JURNAL RISET MANAJEMEN* Vol. 1, No. 3 September 2023 e-ISSN: 2985-7627; p-ISSN: 2985-6221, Hal 266-285.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Widiarta, I Ketut, dan Ni Made Dwi Ariani Mayasari. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Zodiac Coffee & Co Cabang Karangasem. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA VOLUME 6, ISSUE 2, 2023*.