



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 8183-8193

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Gumilang di Kabupaten Karawang

Sisi Sarah^{1✉}, Danang Kusnanto²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : sisisarah858@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan personal selling terhadap Kepuasan pelanggan pada CV Gumilang di kabupaten Karawang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 321 dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling yaitu sampling Insidental. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan. Pengujian dibantu dengan alat SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara kualitas produk dan personal selling memiliki hubungan yang rendah. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh sebesar 31,1% dan dan personal selling sebesar 14,0% terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Produk dan personal selling berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Personal Selling, Kepuasan Pelanggan.*

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and personal selling on customer satisfaction at CV Gumilang in Karawang district. The method used in this research is quantitative with a descriptive and verification approach. The sample used in this study was 321 using a sampling technique using probability sampling, namely Incidental Sampling. The data analysis technique used is analysis by testing the hypothesis partially and simultaneously. Testing is assisted with the SPSS tool. The results of this study are that there is a relationship between product quality and personal selling which has a low relationship. Partially, product quality has an effect of 31.1% and personal selling of 14.0% on customer satisfaction. Product quality and personal selling have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Personal Selling, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Kekayaan sumber daya alam di Indonesia seharusnya dapat menjadi peluang untuk mengembangkan sektor pertanian, sehingga dapat menopang kehidupan masyarakat. Akan tetapi, kenyataannya sektor pertanian di Indonesia masih kurang berkembang.

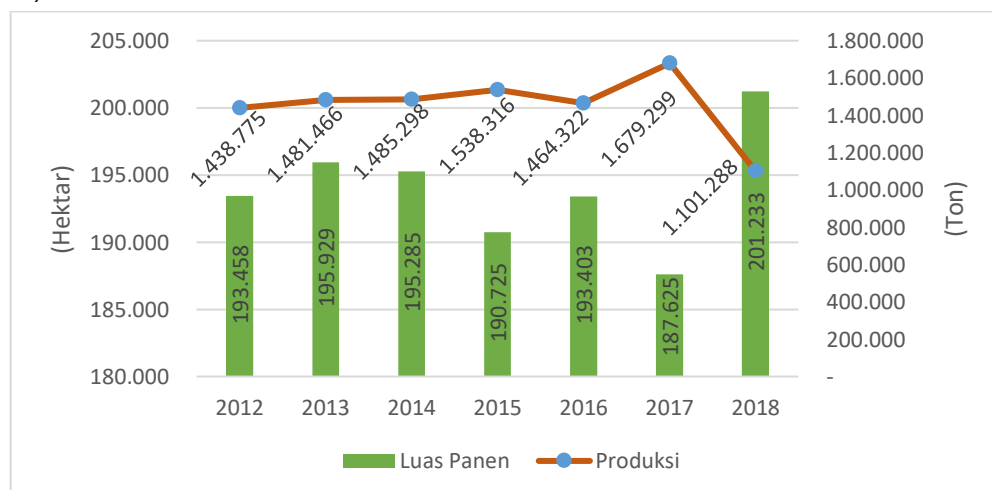
Table 1

Indeks Produksi Sektor Pertanian

Sub Kategori	2014	2015	2016	2017	2018
Tanaman Pangan	104,84	107,41	113,10	119,84	94,62
Tanaman Hortikultura	121,55	121,55	112,62	113,33	134,64
Tanaman Perkebunan	118,71	120,94	121,83	124,91	130,27
Peternakan	120,68	127,25	135,07	139,19	142,45
Perikanan	152,21	154,69	163,97	193,84	-
Kehutanan	51,18	61,16	69,86	83,86	95,60
Pertanian	118,95	121,94	125,51	122,56	136,35

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Tabel 1 pada tahun 2018 menunjukkan bahwa tanaman pangan mengalami penurunan meskipun dalam indeks produksi tanaman pangan tidak bisa menjaga kestabilan disetiap tahunnya. Tanaman padi merupakan tanaman budidaya yang sangat penting bagi umat manusia. Tanaman padi menjadi sumber bahan pangan utama hampir dari setengah penduduk dunia. Tak terkecuali Indonesia, hampir seluruh penduduk Indonesia memenuhi kebutuhan bahan pangannya dari tanaman padi. Dengan demikian, tanaman padi merupakan tanaman yang mempunyai nilai spiritual, budaya, ekonomi, dan politik yang penting bagi bangsa Indonesia karena memengaruhi hajat hidup orang banyak. (Utama, 2015).



Gambar 1

Luas Panen dan Produksi Padi Sawah di Kabupaten Karawang

Berdasarkan gambar 1.1 pada tahun 2018, luas panen padi sebesar 201.223 hektar. Sedangkan produksi padi sebanyak 1.124.447 Ton/Tahun yang berarti produktivitas padi pada tahun 2018 sebanyak 55,88 kuintal per hektar jumlah ini berkurang dibanding tahun 2017 yang mencapai 1.679.299 Ton/Tahun.

CV. Gumilang merupakan UMKM yang didirikan tahun 2000 dengan bidang usaha niaga tani (Agribisnis) dengan 25 orang karyawan. Terletak di Kabupaten Karawang aktivitas bisnis yang sehari-hari dilakukan oleh CV. Gumilang adalah menjual beras dan mendistribusikan produknya ke beberapa daerah yaitu pasar induk cipinang, pasar johan karawang, gudang cikalong karawang, sukabumi, cianjur, dan kabupaten bandung. Beras yang dijual oleh CV. Gumilang beragam meliputi beras ketan, beras pandan wangi, beras muncul dan beras ciherang. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Semakin bertambah dewasa nya pikiran pelanggan dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka, produk dapat pula diartikan sebagai persepsi pelanggan yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Oleh karena itu tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk akan sangat bergantung kepada kualitas produk itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Diolah menggunakan path analysis, alat analisis menggunakan SPSS. Pada penelitian ini populasinya adalah pelanggan CV. Gumilang yang berjumlah 1.541 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 321 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insedental* dimana menurut (Sugiyono.2017:58). teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa aja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{kritis}	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	X1.1	0,668	0,300	Valid
	X1.2	0,651	0,300	Valid
	X1.3	0,732	0,300	Valid
	X1.4	0,620	0,300	Valid
	X1.5	0,647	0,300	Valid
	X1.6	0,727	0,300	Valid
	X1.7	0,709	0,300	Valid
	X1.8	0,726	0,300	Valid
	X1.9	0,698	0,300	Valid
	X1.10	0,301	0,300	Valid
Personal Selling (X_2)	X2.1	0,711	0,300	Valid
	X2.2	0,761	0,300	Valid
	X2.3	0,768	0,300	Valid
	X2.4	0,756	0,300	Valid
	X2.5	0,816	0,300	Valid
	X2.6	0,779	0,300	Valid
	X2.7	0,782	0,300	Valid
	X2.8	0,766	0,300	Valid
	X2.9	0,721	0,300	Valid
	X2.10	0,300	0,300	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,718	0,300	Valid
	Y2	0,734	0,300	Valid
	Y3	0,748	0,300	Valid
	Y4	0,722	0,300	Valid
	Y5	0,726	0,300	Valid
	Y6	0,708	0,300	Valid
	Y7	0,712	0,300	Valid
	Y8	0,667	0,300	Valid
	Y9	0,686	0,300	Valid
	Y10	0,393	0,300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan pada tabel 2 dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan terhadap 321 responden menghasilkan 30 pernyataan yang dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki Rhitung lebih besar dibandingkan Rkritis, hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat dinilai layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R _{kritis}	R _{hitung}	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,600	0,757	Reliabel
Personal Selling (X ₂)	0,600	0,768	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,600	0,766	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa uji reabilitas yang dilakukan terhadap 321 responden menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki nilai alpha cronbach lebih dari 0,600 hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat dinilai layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

3. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		321
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,01347515
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,049
	Negative	-,029
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dari tabel 4, One Sample Kolmogrov-Smirnov diperoleh angka probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0.05 atau menggunakan taraf sigkatan 5%. Nilai signifikasi atau nilai probabilitas 0,063 > 0,05 maka distribusi data adalah normal.

4. Analisis rentang Skala

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk pada CV gumilang di Kabupaten Karawang terdapat 10 indikator, dari masing-masing indikator memiliki nilai skor, dimana salah satunya terdapat nilai tertinggi Indikator dengan jumlah skor tertinggi yang pertama adalah variasi produk dengan skor sebesar 1283, serta skor tertinggi kedua adalah desain kemasan dengan skor sebesar 1261. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk pada CV gumilang di Kabupaten Karawang menanggapi pembicaraan mengenai desai kemasan dan variasi produk sudah sesuai dengan yang dilihat dari para responden CV gumilang di Kabupaten Karawang. Namun, terdapat indikator yang mempunyai skor paling rendah yaitu ciri khas produk dengan skor sebesar 1007, hal ini menunjukkan bahwa Kol CV gumilang di Kabupaten Karawang kurang dalam mencari atau mengumpulkan ciri khas CV gumilang di Kabupaten Karawang agar tidak monoton

b. Variabel Personal Selling (X2)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa CV gumilang di Kabupaten Karawang terdapat 10 indikator, dari masing-masing indikator memiliki nilai skor, dimana salah satunya terdapat nilai tertinggi Indikator dengan jumlah skor tertinggi adalah skor tertinggi CV gumilang di Kabupaten Karawang yaitu keramahan pasca pembelian, dengan skor sebesar 1232. Hal ini menunjukkan bahwa keramahan para atasan kepada karyawan pasca pembelian menanggapi bahwa CV gumilang di Kabupaten Karawang sudah sesuai dengan dilihat dari para Karyawan namun, terdapat indikator yang mempunyai skor paling rendah yaitu keputusan pembelian dengan skor sebesar 937, hal ini menunjukkan bahwa CV gumilang di Kabupaten Karawang menginformasikan kepada karyawan kurang dalam prosedur keputusan pembelian.

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa CV gumilang di Kabupaten Karawang terdapat 10 indikator, dari masing-masing indikator memiliki nilai skor, dimana salah satunya terdapat nilai tertinggi Indikator dengan jumlah skor tertinggi kepuasan pelanggan untuk minat membeli skor sebesar 1245. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan untuk minat membeli yang ditanggapi bahwa para karyawan mampu memberi kepuasan untuk para karyawan yang hendak memberikan minat membeli kepada customer dengan dilihat dari Setuju. Namun, terdapat indikator yang mempunyai skor paling rendah yaitu loyalitas konsumen dengan skor sebesar 1192, hal ini menunjukkan bahwa Setuju kurang dalam memberikan loyalitas kepada konsumen

5. Analisis Korelasi

Tabel 4 Hasil Analisis Korelasi

Correlations			
		Kualitas Produk	Personal Selling
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	0.343**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	321
Personal Selling	Pearson Correlation	0.343**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Dari hasil pengolahan data primer dengan SPSS 22 didapatkan bahwa koefisien korelasi antara Kualitas Produk (X_1) dan Personal Selling (X_2) adalah 0,343 dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Personal Selling (X_2) termasuk ke dalam kategori rendah dimana terdapat pada interval 0,20 – 0,399.

6. Path Analysis

Tabel 5 Hasil Analisis Jalur

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20,200	1,984		10,183	,000
x1	,158	,047	,177	3,360	,001
x2	,333	,047	,375	7,099	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 6 koefisien jalur untuk variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,177 dan koefisien jalur untuk variabel personal seliing terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 0,375.

7. Analisis Koefisien Determinasi

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,215 berarti 21,5%. Artinya bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan personal selling sebesar 21,5%, sedangkan sisanya 78,5% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti.

8. Pengujian Hpotesis

a. Pengujian Hipotesis Korelasi antara Kualits Produk (X1) dan Personal Selling (X2)

Pengujian hipotesis antara Kualitas Produksi (X_1) dan Personal Selling (X_2) dilakukan dengan menggunakan uji statistik t, diperoleh nilai t hitung 6,58 dan t tabel 1,64. Dengan demikian diketahui thitung ($6,58$) > ttabel ($1,64$) maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat korelasi antara Kualitas Produk (X1) dan Personal Selling (X2) Pada CV gumilang di Kabupaten Karawang.

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial Kualitas Produk (X1) dan Personal Selling (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Pengujian hipotesis pengaruh parsial antara Kualitas Produk (X1) dan Personal Selling (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada CV gumilang di Kabupaten Karawang diperoleh nilai t hitung pada tabel 7 berikut:

Tabel 6 Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20,200	1,984		10,183	,000
x1	,158	,047	,177	3,360	,001
x2	,333	,047	,375	7,099	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung variabel Kualitas Produk (X1) adalah 3,360. Nilai t hitung diatas selanjutnya dibandingkan t tabel dengan tingkat signifikan 5%, $df = n - 2 = 321 - 2 = 319$ diperoleh t tabel = 1,649. Dengan demikian diketahui t hitung ($3,360$) > t tabel ($1,649$), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada kola CV gumilang di Kabupaten Karawang.

Pada tabel 7 nilai thitung variabel Personal Selling (X2) adalah 7,099. Nilai thitung diatas selanjutnya dibandungkan t tabel dengan tingkat signifikan 5%, $df = n - 2 = 321 - 2 = 319$ diperoleh ttabel = 1,649. Dengan demikian diketahui t hitung ($7,099$) > ttabel ($1,649$), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Personal Selling (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV gumilang di Kabupaten Karawang.

C. Pengujian Pengaruh secara dimultan Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 8 Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2238,622	2	1119,311	44,254	,000 ^b
	Residual	8043,179	318	25,293		
	Total	10281,801	320			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 4.52 hasil Fhitung menunjukkan nilai Fhitung = 44,254 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan nilai Ftabel = 3,031. Nilai Fhitung > Ftabel (44,254 > 3,031) dan tingkat signifikansi (0,000 < 0,050) dengan hipotesa H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk (X1) dan Personal Selling (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV gumilang di Kabupaten Karawang.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai tertinggi pada indikator kualitas produk pada CV.Gumilang di Kabupaten Karawang mengenai bahan kemasan yang di desain dengan aman pada produknya dan sering menjual berbagai macam variasi produk.
2. Nilai tertinggi pada indikator personal selling pada CV.Gumilang di Kabupaten Karawang mengenai karyawan bersikap ramah ketika selesai menawarkan produknya.
3. Nilai tertinggi pada indikator kepuasan pelanggan pada CV.Gumilang di Kabupaten Karawang mengenai minat membeli dimana karyawan dapat menarik para konsumen baru setelah mendapat rekomendasi dari konsumen lama.
4. koefisien korelasi antara kualitas produk (X1) dan personal selling (X2) termasuk ke dalam kategori rendah.
5. Hipotesis parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV.Gumilang di Kabupaten Karawang.

6. Hipotesis parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) pada CV.Gumilang di Kabupaten Karawang.
7. Hipotesis simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X1) dan Personal Selling (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) CV.Gumilang di Kabupaten Karawang

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: penerbit. Alfabeta
- Assauri, S. (2014). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Buchory, Herry Achmad & Djaslim Saladin. (2012) Manajemen pemasaran. (Ringkasanpraktis, Teori, aplikasi & Tanya jawab), Bandung : Lindakarya.
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Anggraeni Dwi F, Hardjanto Imam, Hayat Ainul. 2013. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pihak Eksternal dan Potensi Internal. J Administrasi Publik. 1(6):1286-1295
- Aris, I. S., Pamungkas, D. H., & Widata, S. (2019). Analisis Mutu Beras (*Oryza Sativa* L.) Varietas Situ Bagendit Pada Perlakuan Pengeringan Dan Frekuensi Penggilingan Yang Berbeda. JURNAL ILMIAH AGROUST, 2(2), 157-164.
- Fauzi, M., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manajemen, 8(11), 6741 - 6761.

- Honjo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Personal selling Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Marga Dinamik Perkasa. *Aksara Public*, 3(3), 113-127.
- Kohir, T. R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Personal selling Dan Distribusi Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Penerbit Yudhistira Tasikmalaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 1(3), 321-330.
- Rosa Lesmana & Ratnasari (2019) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115-129.
- Situmoran, S., Prana, R. R., & Lubis, D. S. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Produk Merek Onna di PT. Tunas Interior. *JAMEK (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi dan Keuangan)*, 1(1), 1-12.