

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Candi Bali Di Ubud, Gianyar

I Putu Adi Sorayasa ⁽¹⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: sorayasa2001@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted to determine the impact of service and product quality on UD customer satisfaction. Bali temple ubud. The population of this survey is 2021 UD, Bali Ubud temple consumers, more than 32.541 people, total 100 respondents determined by sampling method using random his sampling. Data for this study were collected using questionnaires and analyzed using data analysis techniques such as validity, reliability, classical assumptions, multiple regression, coefficient of determination, t-test, and F-test. Service quality and product quality work have been found to have a significant positive impact on customer satisfaction. The magnitude of the independent variable's effect on consumer satisfaction is 63.1%. The results of the research will be reflected in future UD staff. Balinese temples are expected to provide courteous services to all consumers such as: B. Smiles, greetings, and salutes that make the following consumers feel comfortable and satisfied when doing business with UD: Balinese temple.

Keyword: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian kali ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Candi Bali UBUD. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen di UD, Candi Bali Ubud Tahun 2021 sebanyak 32.541 orang dengan jumlah sampelnya sebanyak 100 orang responden yang ditentukan dengan metode penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*. data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode penyebaran kuisioner dan dianalisis dengan teknik analisis data seperti uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan konsumen adalah 63,1%. Melihat hasil penelitian, kedepannya karyawan UD. Candi Bali diharapkan memberikan pelayanan yang sopan seperti menerapkan senyum, sapa, salam kepada seluruh konsumen agar nantinya konsumen merasa nyaman dan puas saat bertransaksi pada UD. Candi Bali.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Kemajuan teknologi, globalisasi, infrastruktur, hukum dan peraturan mempengaruhi pertumbuhan pasar ritel nasional saat ini. Hal ini berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Untuk memenangkan persaingan bisnis, perusahaan harus mampu menawarkan

pelayanan yang terbaik dari para pesaingnya. Perusahaan harus mampu dan mampu menarik konsumen untuk mengunjungi usaha mereka dan perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran juga merupakan langkah awal dalam memasarkan suatu produk untuk mendapatkan penerimaan dan pengakuan di masyarakat luas. Semakin banyak barang yang dimiliki maka perusahaan harus semakin memperhatikan luas pasarnya, karena konsumen saat ini kritis dan cerdas kritis dalam memilih produk yang dibutuhkan dan harga yang sesuai dengan kualitas dan kegunaan produk. Bisnis harus berusaha untuk bertahan dan bersaing dengan memahami perilaku konsumen yang mendorong keputusan permintaan produk. Salah satu caranya adalah dengan menawarkan barang yang beragam dan menjamin kepuasan konsumen .

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diterima dan harapan konsumen (Priansa, 2017:197). Jika kinerja barang dan karyawan jauh dari harapan konsumen, konsumen akan sangat kecewa. Jika kinerja barang dan karyawan melebihi harapan konsumen maka konsumen akan sangat puas. Kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja produk dan karyawan paling tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan puas, kesenangan yang diperoleh seseorang dari menggunakan suatu produk atau jasa dengan menerima pelayanan yang baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk bila dihubungkan (Priansa, 2017:209).

Kualitas pelayanan adalah kinerja pegawai yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memuaskan konsumen. Dalam hal ini penilaian dasar pelayanan pegawai meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan (Priansa, 2017:210). Di masa persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan prima untuk membuat konsumen senang dan mencegah konsumen beralih ke perusahaan lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan juga sangat erat hubungannya dengan pertumbuhan perusahaan. Kualitas pelayanan yang buruk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kotler & Armstrong (Ibrahim dan Thawil, 2019:176) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan total, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk, di antara karakteristik produk lainnya. Seorang konsumen membeli suatu produk ketika mereka merasa nyaman dengan produk tersebut. Oleh karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dan kualitas

produk tersebut harus dijaga agar pemasaran produk berhasil. Barang atau produk memiliki jenis yang berbeda-beda, maka untuk kemudahan penggunaan atau pengertiannya, barang tersebut dapat diklasifikasikan atau dikategorikan menurut ciri/sifat, bentuk dan tujuan atau kegunaannya.

Salah satu bidang usaha yang sedang berkembang saat ini adalah real estate, kebutuhan masyarakat akan perumahan membuat peluang usaha ini diminati oleh masyarakat luas. Saat ini, industri real estate tidak hanya terfokus pada pembangunan dan penjualan rumah. Masih banyak peluang untuk bereksperimen dalam bisnis real estate, perusahaan yang mendukung real estate seperti bisnis bahan bangunan juga memiliki peluang pasar yang cukup besar. Karena selama akan dibangun rumah, kantor, sekolah dan bangunan lainnya, bahan bangunan seperti besi, semen, cat, keramik, batu bata dan kayu masih dibutuhkan di pasaran.

Penelitian ini dilakukan di toko bangunan UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar yang berdiri pada tanggal 2 Maret 2015 merupakan toko segala jenis material bangunan yang berada di daerah Sayan, Ubud. Kualitas pelayanan menjadi variabel kunci strategis dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan juga menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan konstruksi UD. Candi Ubud Gianyar Bali harus memperhatikan aktivitas staf dan membekali pekerjaan mereka dengan pengetahuan yang cukup tentang strategi pelayanan yang baik. Jika diabaikan, pelanggan akan kecewa karena komunikasi yang buruk. Dimensi kunci yang terkait dengan kualitas layanan adalah keamanan dan empati. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana aspek keamanan dan empati pelayanan yang paling tepat, yang tetap menyampaikan citra positif kualitas pelayanan yang ditawarkan, namun tidak menimbulkan ekspektasi pelanggan yang berlebihan. Selama periode ini, banyak bermunculan perusahaan konstruksi sejenis yang menjadi ancaman bagi UD. Candi Ubud Gianyar Bali dalam Kelangsungan Bisnis. Banyaknya jumlah perusahaan konstruksi menyebabkan persaingan yang semakin ketat, yang menjadi salah satu faktor dibalik banyaknya konsumen yang berkunjung ke UD. Candi Ubud Gianyar Bali cenderung tidak stabil pada tahun 2021 seperti terlihat pada tabel 1. Berdasarkan tabel 1 tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen di UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar mengalami fluktuasi. Pada bulan Maret mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu sebesar 117,14 persen, namun pada bulan Agustus terjadi penurunan terendah sebesar 70,19 persen. Perihal tersebut juga didukung dengan adanya kritik dan saran yang diterima oleh UD. Candi Bali Ubud masih relative tinggi.

Tabel 1. Data Kunjungan Konsumen UD. Candi Bali Ubud Tahun 2021-2022

No	Bulan	Tahun 2021	Tahun 2022
1	Januari	1.250	1.323
2	Februari	1.341	1.335
3	Maret	1.823	1.342
4	April	1.260	1.412
5	Mei	1.367	1.456
6	Juni	1.160	1.473
7	Juli	1.217	1.489
8	Agustus	860	1.498
9	September	1.134	1.514
10	Oktober	1.126	1.523
11	November	1.198	1.545
12	Desember	1.279	1.616
TOTAL		15.015	17.526

Sumber : UD. Candi Bali Ubud, 2022

Hal ini dapat diketahui dari banyaknya jumlah pengaduan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diterima dari UD. Candi Bali Ubud pada tahun 2021 sebagai berikut :

Tabel 2. Data Keluhan Konsumen UD. Candi Bali Tahun 2021

Jenis Keluhan	Tahun 2021	Tahun 2022
Keluhan pada lambatnya pelayanan	35	18
Keluhan pada sikap para karyawan	28	20
Keluhan pada kualitas produk	27	21
Jumlah	90	59

Sumber : UD. Candi Bali Ubud, 2021

Berdasarkan data keluhan konsumen pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa banyak terdapat keluhan dari konsumen yang merasa kurang puas dengan UD. Candi Bali Ubud dimana terdapat 90 buah kritik yang masuk secara tertulis selamatahun 2021. Jenis keluhan pada lambatnya pelayanan sebanyak 35 orang, keluhan pada sikap karyawan sejumlah 28 orang, dan keluhan pada kualitas produk sebanyak 27 orang. Selain itu, pada tahun 2022 UD. Candi Bali Ubud mendapat kritikan sejumlah 59 buah kritikan. Jenis keluhan pada lambatnya pelayanan sebanyak 18 orang, keluhan pada sikap karyawan sejumlah 20 orang, dan keluhan pada kualitas produk sebanyak 21 orang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner sekaligus founder UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar menceritakan bahwa lambatnya pelayanan sering terjadi saat konsumen ramai sehingga terjadi keterlambatan pemesanan dan konsumen harus menunggu cukup lama. Selain itu berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa konsumen yang dijumpai di UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar sesuai dengan indikator dari kualitas pelayanan yaitu di bagian daya tanggap (*responsiveness*) dimana kurang tanggapnya karyawan dalam melayani konsumen, diketahui konsumen mengeluh mengenai pelayanan yang diberikan kurang bagus, ketidak sopanan karyawan dan pada saat berbelanja disana juga tidak langsung dilayani melainkan dibiarkan menunggu, serta pengiriman barang yang terlalu lama. Dari segi kualitas pelayanan memang pelayanan sangat berpengaruh untuk kepuasan konsumen agar tetap nyaman saat berbelanja di tempat tersebut.

Dari segi kualitas produk, UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar tidak hanya menjual produk yang di ambil dari pabrik lalu dijual kembali, tetapi juga memproduksi beberapa produk. seperti, batako, bata, kayu, dan kotmik. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen terdapat keluhan sesuai dengan indikator dari kualitas produk yaitu reliabilitas (*reliability*) adonan dari produk – produk yang di produksi tersebut tidak bagus, contohnya seperti batako dan bata yang mudah hancur karena campuran adonan yang kurang bagus dan kayu – kayu juga yang dikirim kebanyakan cepat membusuk karena pada saat selesai pemotongan tidak langsung di jemur, melainkan dibiarkan di tempat lembab. Hal tersebut yang cenderung membuat tingkat kebusukan kayu menjadi lebih besar. Maka dari itu produk tersebut belum dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Keluhan-keluhan konsumen tersebut memberikan cerminan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar masih sangat kurang dan penanganan yang masih jauh dari sempurna sehingga konsumen merasakan ketidakpuasan pada saat mengunjungi UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berfokus pada **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Candi Bali di Ubud, Gianyar”**.

Kualitas pelayanan adalah kinerja pegawai yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memuaskan konsumen. Dalam hal ini penilaian dasar pelayanan pegawai meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan (Priansa, 2017:210). Di masa persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan prima

untuk membuat konsumen senang dan mencegah konsumen beralih ke perusahaan lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan juga sangat erat hubungannya dengan pertumbuhan perusahaan. Kualitas pelayanan yang buruk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa hasil penelitian menemukan hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat. Rahmadani, Suardana, & Samudra (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

Kualitas produk adalah seberapa baik produk dapat memenuhi harapan konsumen. Hal ini mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan konsumen merasa puas apabila kualitas produk yang ditawarkan baik. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi harapan konsumen untuk memberikan kualitas produk yang baik maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas produk memiliki pengaruh besar pada hasil perusahaan dan keberhasilan perusahaan di pasar. Bagaimana kualitas produk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, dan kualitas produk memegang peranan yang sangat penting bagi pelaku usaha untuk bersaing melalui perwujudan kepuasan konsumen.

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

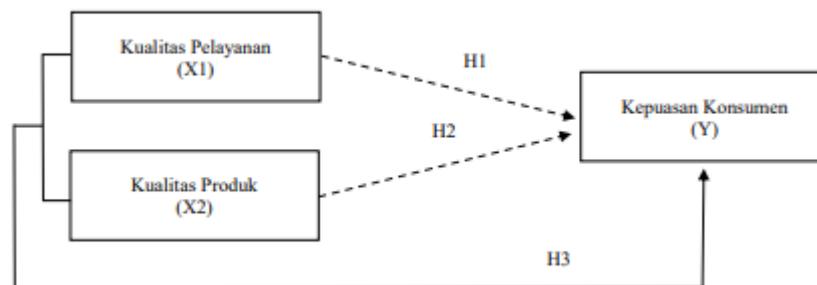
Kualitas pelayanan adalah kinerja pegawai yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memuaskan konsumen. Dalam hal ini penilaian dasar pelayanan pegawai meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan (Priansa, 2017:210). Di masa persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan prima untuk membuat konsumen senang dan mencegah konsumen beralih ke perusahaan lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan juga sangat erat hubungannya dengan pertumbuhan perusahaan. Kualitas pelayanan yang buruk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah seberapa baik produk dapat memenuhi harapan konsumen. Hal ini mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan konsumen merasa puas apabila kualitas produk yang ditawarkan baik. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi harapan konsumen untuk memberikan kualitas produk yang baik maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas produk memiliki pengaruh besar pada hasil

perusahaan dan keberhasilan perusahaan di pasar. . Maka dari itu hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

H3 : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen di UD.Candi Bali Ubud.

Metode Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan gambar keterkaitan masing-masing variabel dan hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini judul yang diangkat adalah **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ud. Candi Bali Ubud**. Penelitian ini akan dilakukan di UD.Candi Bali , penulis kan melakukan suatu penelitian dengan cara mengunjungi langsung UD.Candi Bali yang berlokasi di Jalan Raya Kutuh Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen di UD, Candi Bali Ubud Tahun 2021 sebanyak 32.541 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus slovin, maka diperoleh hasil sampel yaitu 100 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil penyebaran kuisioner dan selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil telaah instrumen penelitian disimpulkan bahwa data penelitian ini valid sebab hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari 0,30. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa alpha lebih besar dari 0,60, sehingga data dianggap reliabel. Hasil uji hipotesis klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,060. Hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa data bebas dari bias pengamatan yang dapat mempengaruhi hasil dimana data tersebut dianggap layak untuk diteliti. .

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.974	2.046		4.385	.000
	Kualitas Pelayanan	.257	.122	.338	2.110	.037
	Kualitas Produk	.414	.141	.471	2.939	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah 2023

Persamaan regresi penelitian ini adalah: $Y = 8,974 + 0,257X_1 + 0,414X_2 + e$

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan thitung = 2,110 dan nilai sig 0,037. Dalam beberapa kasus, kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya, ketika variabel kualitas pelayanan (X_1) meningkat maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y). Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan karyawan UD. Candi Bali Ubud maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumennya. Kualitas pelayanan selalu berhubungan erat dengan kepuasan, karena kualitas pelayanan mengukur kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan pelanggan terhadap barang dan jasa sesuai dengan kenyataan yang mereka terima. Untuk menyeimbangkan harapan pelanggan, perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan, keinginan dan ketepatan penyampaiannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Setiap orang yang membeli dan mengkonsumsi jasa memberikan penilaian yang berbeda terhadap kualitas jasa tersebut. Layanan yang diberikan Perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbisnis dengan Perusahaan. .

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan thitung = 2,939 dan nilai sig sebesar 0,004. Dalam beberapa kasus, kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya, ketika variabel kualitas produk (X_2) meningkat maka kepuasan konsumen (Y) juga meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen pada UD. Candi Bali Ubud. Ketika perusahaan memenuhi keinginan konsumen dalam hal kualitas produk, konsumen merasa puas karena dengan menawarkan kualitas produk yang diinginkan konsumen, juga menyampaikan citra positif yang mengedepankan keberlanjutan,

sebaliknya ketika keinginan konsumen dalam hal kualitas produk tidak terpenuhi. Konsumen yang puas biasanya merasa tidak puas, yang berdampak pada keberlangsungan perusahaan. .

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 ^a	.631	.623	4.31526

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,631. Hal ini berarti 63,1% variasi variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan sisanya (100% - 63,1% = 36,9%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian seperti harga, lokasi, suasana toko, dan lainnya.

Tabel 4 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3086.309	2	1543.154	82.870	.000 ^b
	Residual	1806.281	97	18.621		
	Total	4892.590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan dan kualitas Sig. 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 82,870, Ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen teruji kebenarannya. Kualitas pelayanan adalah kinerja pegawai yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memuaskan konsumen. Dalam hal ini penilaian dasar pelayanan pegawai meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan (Priansa, 2017:210). Di masa persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan prima untuk membuat konsumen senang dan mencegah konsumen beralih ke perusahaan lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan juga sangat erat hubungannya

dengan pertumbuhan perusahaan. Kualitas pelayanan yang buruk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah seberapa baik produk dapat memenuhi harapan konsumen. Hal ini mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan konsumen merasa puas apabila kualitas produk yang ditawarkan baik. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi harapan konsumen untuk memberikan kualitas produk yang baik maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas produk memiliki pengaruh besar pada hasil perusahaan dan keberhasilan perusahaan di pasar. .

Simpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen pada UD. Candi Bali Ubud. Melihat hasil penelitian, kedepannya karyawan UD. Candi Bali diharapkan memberikan pelayanan yang sopan seperti menerapkan senyum, sapa, salam kepada seluruh konsumen agar nantinya konsumen merasa nyaman dan puas saat bertransaksi pada UD. Candi Bali. UD. Candi Bali harus memperhatikan kualitas produk yang akan diberikan kepada konsumennya, khususnya pada produk yang mudah rusak seperti batako, genteng, dll. Saat mengirim barang diusahakan hati - hati jangan melewati jalan rusak agar terhindar dari guncangan sehingga produk tidak mudah pecah. UD. Candi Bali diharapkan dapat menyediakan metode pembayaran yang lebih beragam seperti pembayaran via *transfer* bank atau menggunakan Qris agar memudahkan konsumen untuk bertransaksi sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Daftar Pustaka

- Arumsari, D., & Khasanah, I. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Ammerin, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra di Bandar Lampung.
- Arifki, A. F., Nurtjahjan, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfabeth Store Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis, Politeknik Negeri Malang*. Vol. 4, No. 1. Hal. 281 - 285. Diakses pada 15 Maret 2021.

-
- Aditia,Wadud,Kurniawan (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepeda motor Nmax pada PT. Yamaha A. Rivai Palembang.
- Candrianto, S. M. 2021. Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Malang, Jawa Timur: Literasi Nusantara.
- Diza., Moniharapon, S., dan Ogi, I. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap
- Dwi Aliyyah Apriani,Sunarti (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo).
- Ehsani, Zahra dan Mohamad Hossein. 2015. Effect of quality and price on customer satisfaction and commitment in Iran auto industry. International Journal of Service Science, Management and Engineering, Vol. 1, No. 5.
- Fandy, T.(2016).Service, Quality & Satisfaction.Yogyakarta : ANDI.
- Fandy Tjiptono, Ph. D dan Gregorius Chandra. (2015). Service Quality and Satisfaction. Yogyakarta: Andi offset.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. 2014. Prinsip-Prinsip Pemasaran Alih bahasa Bob Sabran Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2015. Principle of Marketing. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- 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*, 6(3).
- Nurfalah,Zara,Tabrani (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa 85 Pandeglang Banten.
- Panjaitan, J. E., & Yuliaty, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Purwasih, R., Yuliana, Y., & Suyuthie, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Batavia Padang. *E- Journal Home Economic and Tourism*, 16(1)
- Puspitasari, A. N., & Ferdinand, A. T . (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi pada Pengguna Nokia di Semarang).
- Pramesti, WW. 2018. Gambaran Kadar Kolesterol Total Pada Serum yang Dibuat Menggunakan Tabung Vacutainer Dengan dan Tanpa Gel Separator. Karya Tulis Ilmiah. Yogyakarta : Poltekkes Kemenkes Yogyakarta
-