

## **Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri**

**Rama Dwi Fajarudin, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko S**

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email: ramadwifajarudin11@gmail.com

### **Abstrak**

*Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Bangunan Pratama Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Toko Bangunan Pratama Kediri dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan software SPSS for windows versi 25. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Word of mouth secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) Kualitas pelayanan, kualitas produk dan word of mouth secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan; Produk; Word Of Mouth; Kepuasan Konsumen.*

### **Abstract**

In this study aims to analyze the effect of service quality, product quality and word of mouth on consumer satisfaction at the Kediri Pratama Building Store. The population in this study are consumers who make purchases at the Kediri Pratama Building Store. This study uses a quantitative approach. The sample used in this study were all consumers who made purchases at the Kediri Pratama Building Store and were analyzed using multiple linear regression with SPSS for windows version 25 software. The conclusions of the results of this study were (1) Service quality partially has a significant effect on customer satisfaction. (2) Product quality partially has a significant effect on consumer satisfaction. (3) Word of mouth partially has a significant effect on consumer satisfaction. (4) Service quality, product quality and word of mouth simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

**Keywords:** *Service Quality; Product; Word of Mouth; Consumer Satisfaction.*

### **Pendahuluan**

Seiring perkembangan era globalisasi seperti saat ini banyak sekali terdapat toko-toko modern salah satunya toko bangunan yang semakin banyak perubahan,

## **Rama Dwi Fajarudin, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko S**

Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri

seperti tampilan toko yang dibuat lebih bagus dari toko bangunan pada umumnya dan tentu produk yang dijual di toko bangunan modern sekarang lebih bervariasi mulai dari kualitas hingga harga. Hal yang perlu disiapkan untuk menghadapi atau mengantisipasi agar toko bangunan tradisional masih bisa bersaing dengan toko bangunan yang modern yaitu dengan cara meningkatkan kegiatan pemasaran.

Pada dasarnya toko mempunyai tujuan untuk tetap tumbuh dan berkembang, hal ini dapat dicapai dengan mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan toko tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan jika toko mampu memanfaatkan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga toko mampu bersaing dengan toko-toko bangunan yang lebih modern lainnya.

Toko Bangunan Pratama Kediri bergerak dalam bidang bisnis penjualan bahan bangunan dan alat konstruksi. Toko bangunan tersebut menjual berbagai bahan dan alat dalam pembangunan, berupa semen, aneka kayu, pasir, paku, cat, besi *fondasi*, batako, palu, sekop dan masih banyak lagi. Toko bangunan ini juga melayani pengantaran bahan material yang telah dipesan sesuai alamat yang dituju. Toko tersebut menyediakan alat konstruksi dan bahan bangunan yang lengkap seperti yang diketahui banyak orang serta cukup terkenal.

Meski demikian persaingan di dunia bisnis terus berlanjut, karena toko tersebut bukan satu-satunya toko yang menjual bahan bangunan, melainkan masih banyak toko-toko lain yang juga menjual barang yang sama dan membuka usaha yang sama. Keadaan ini menuntut pemilik toko tersebut untuk mencari strategi yang dapat meningkatkan penjualan serta pemasaran alat konstruksi dan bahan bangunan. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang penting bagi perusahaan dagang ataupun jasa.

Penggunaan strategi pemasaran yang menarik dan baik akan meningkatkan keunggulan kualitas perusahaan tersebut. Selain hal tersebut perusahaan juga harus memperhatikan hal lain yang berkaitan dengan pemasaran yaitu pelayanan, promosi, penentuan harga dan lokasi, produk dan lain-lain. Bagi sebuah bisnis dan perusahaan keberadaan konsumen tentunya sangat penting karena mereka adalah pasar dari produk yang ditawarkan. Dalam membangun sebuah usaha hal yang paling penting adalah tercapainya kepuasan konsumen, karena ketika konsumen

merasa puas maka mereka akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini akan berimbas baik kepada keberlangsungan sebuah usaha.

Menurut Kurniasih (2021:2), kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan kebutuhan dan keinginan pelanggan tercapai, sehingga pelanggan merasakan produk dan jasa yang digunakan tidak berbeda dengan yang diharapkan. Salah satu contoh kepuasan konsumen dapat dilihat dari beberapa sering konsumen menggunakan produk tersebut. Tanpa disadari konsumen yang melakukan pembelian berulang dapat dikatakan puas dengan pelayanan maupun produk yang diberikan.

Kualitas pelayanan pada pemasaran adalah suatu hal yang penting ketika suatu perusahaan memiliki pelayan yang baik terhadap konsumennya, selain memperoleh barang yang mereka inginkan konsumen akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan. Dalam hal ini toko Bangunan Pratama Kediri sudah memberikan pelayan yang baik kepada konsumennya tetapi masih ada keluhan dari konsumen mengenai pelayanan yang kurang. Seperti sistem pembayaran yang masih manual atau masih menggunakan nota kontan, hal ini akan berimbas jika terjadi kesalahan dalam penulisan transaksi. Diharapkan toko bangunan Pratama Kediri ini bisa mengganti sistem pencatatan dan transaksinya menggunakan komputerisasi sehingga data-data pembelian bisa di simpan di dalam komputer untuk memudahkan proses pencatatan.

Dalam berbagai kasus banyak pebisnis yang hanya mempertimbangkan sedikit hal untuk mengukur kepuasan pelanggan, contoh dengan memaksimalkan kualitas produk tanpa mempertimbangkan kualitas pelayanan. Banyak konsumen yang awalnya merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan karena memang memiliki kualitas yang baik namun merasa kecewa dengan pelayanan yang mereka terima. Sebagai dampaknya para konsumen akan merasa malas untuk melakukan pembelian ulang, alangkah baiknya jika memberikan pelayanan yang menyenangkan dan responsif kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Anggita (2020) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffeenatics Medan.

## **Rama Dwi Fajarudin, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko S**

Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri

Saat ini perkembangan dunia bisnis telah mengalami banyak kemajuan yang cukup pesat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Dengan adanya fenomena tersebut perusahaan didorong untuk menciptakan produk yang dapat bersaing di pasaran. Produk dengan kualitas yang tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan.

Pelanggan adalah konsumen dari produk yang dipasarkan yang akan melakukan pembelian berulang karena merasa puas. Salah satu kepuasan konsumen disebabkan karena mereka mendapatkan produk yang sesuai atau melebihi apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu jika menginginkan kepuasan konsumen yang tinggi maka pebisnis atau perusahaan harus menjaga kualitas produk tersebut.

Menurut Shandy Widjoyo (2014), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul dan yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting selain kualitas pelayanan, konsumen tentu menginginkan produk yang mereka beli memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harga yang telah mereka keluarkan untuk produk tersebut. Dalam toko bangunan Pratama Kediri ini memiliki produk gawang cor yang lebih di unggulkan ketimbang produk-produk buatan yang lain.

Toko bangunan Pratama Kediri juga mengklaim bahwa produk gawang cor nya ini kuat dan anti rayap, tetapi diharapkan toko bangunan Pratama Kediri ini juga memperhatikan kualitas dari produk yang lain. Hal ini dikarenakan tidak semua konsumen yang datang untuk membeli gawang cor, konsumen akan membeli sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu kualitas produk yang lain yang ada di toko bangunan Pratama Kediri juga harus diperhatikan jangan hanya terfokus pada satu produk, karena jika semua produk yang dijual memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang dijual oleh toko bangunan Pratama Kediri ini. Berdasarkan hasil penelitian Alhilal Hamdi dan Raymond (2020) mendapatkan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam.

Menurut Ester (2015), *Word of Mouth* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa perpindahan informasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) merupakan salah satu saluran komunikasi yang sering digunakan perusahaan. Komunikasi ini terbilang cukup mudah dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk menerapkannya tetapi mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Tetapi di era yang semakin modern seperti saat ini promosi menggunakan media *Word of Mouth* saja tidaklah cukup tanpa adanya media yang lain. Kasus ini dialami oleh toko bangunan Pratama Kediri yang hanya menggunakan *Word of Mouth* dalam mempromosikan tokonya, hal ini berakibat dengan sedikitnya konsumen yang berkunjung di toko tersebut. Alangkah baiknya jika pihak pemilik toko lebih meningkatkan strategi promosi untuk menarik konsumen datang ke toko bangunan Pratama Kediri tersebut.

Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan produk yang mereka terima, mereka akan cenderung menceritakan pengalamannya dan merekomendasikannya kepada orang lain. Pelanggan secara tidak langsung akan berbicara kepada orang lain, hal ini secara tidak langsung merupakan promosi yang gratis bagi perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* merupakan salah satu komponen penting dalam melakukan promosi, sehingga dapat dikatakan bahwa *Word of Mouth* merupakan variabel penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Upik (2019) menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Herbal Soman.

Hal yang baru dalam penelitian ini yaitu gabungan antara variabel-variabel yang masih sedikit digunakan dalam meneliti sebuah toko bangunan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel ini, karena sudah banyak penelitian yang menggunakan variabel seperti promosi, lokasi, harga dan produk. Pembaruan variabel yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kualitas

## **Rama Dwi Fajarudin, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko S**

Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri

produk, dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen pada toko bangunan pratama Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di toko bangunan pratama. Sampel penelitian ini sebanyak 40 responden yang berasal dari pembeli di toko bangunan pratama. Pengumpulan data penelitian menggunakan instrument yang ada pada kuesioner yang berisi pernyataan dan diukur menggunakan skala 1 sampai 5 selanjutnya data diolah menggunakan *software* SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table, Hal tersebut menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan dalam variable penelitian sudah valid. Selanjutnya untuk uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* mulai dari variable kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), *word of mouth* (X3), dan kepuasan konsumen (Y) lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah reliabel

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil penelitian**

#### 1. Uji asumsi klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan pada histogram data variable berbentuk seperti lonceng, sedangkan pada gambar *normal probability plot* menunjukkan titik-titik atau data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi ini memenuhi asumsi normalitas, untuk uji Multikolinearitas didapatkan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *word of mouth* memiliki nilai Tolerance sebesar 0,320; 0,298; 0,536 yang  $> 0,10$  dan VIF sebesar 3,130; 3,353; 1,865 yang  $< 10$ . Dapat disimpulkan dari ketiga variabel tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas. Selanjutnya di uji Heteroskedastisitas menunjukkan pada grafik *scatterplot* bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap Kepuasan Konsumen.

#### 2. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 1**  
**Hasil Regresi Linear**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.166	2.787	
	Kualitas Pelayanan	.130	.104	.205
	Kualitas Produk	.211	.133	.271
	Word of Mouth	.392	.109	.453
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan perhitungan pada tabel 1, maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 2,166 + 0,130X_1 + 0,211X_2 + 0,392X_3$  Dalam persamaan regresi tersebut dapat diartikan mana konstanta 2,166 Apabila Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kualitas Produk( $X_2$ ), *Word Of Mouth*( $X_3$ ), diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ( $=0$ ), maka kepuasan konsumen adalah sebesar 2,166.

Koefisien  $X_1 = 0,130$  Apabila Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), naik 1(satu) satuan dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) juga variasi *Word Of Mouth* ( $X_3$ ) tetap, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,130 satuan.

Koefisien  $X_2 = 0,211$  Apabila Kualitas Produk ( $X_2$ ) naik 1 (satu) satuan dan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) juga variasi *Word Of Mouth* ( $X_3$ ) tetap, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,211 satuan.

Koefisien  $X_3 = 0,392$  Apabila *Word Of Mouth* ( $X_3$ ) naik 1 (satu) satuan dan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) juga variasi Kualitas Produk ( $X_2$ ) tetap , maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,392 satuan.

### 3. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.831 <sup>a</sup>	.691	.665
a. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk			
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen			

Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS yang tertera pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai *R Square* adalah sebesar 0,665. Hal ini berarti 66,5% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, *word of mouth*. Sedangkan sisanya yaitu 33,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

**Tabel 3**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	6.254	.000
	Kualitas Produk	6.746	.000
	Word of Mouth	7.249	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS

Dilihat dari table di dapat hasil hitung signifikasi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan *word of mouth* ( $X_3$ ) kurang dari 0,05. Artinya kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan *word of mouth* ( $X_3$ ) berpengaruh substansial terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

b. Uji f

**Tabel 4**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311.485	3	103.828	26.835	.000 <sup>b</sup>
	Residual	139.290	36	3.869		
	Total	450.775	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai signifikasi variabel sebesar  $0,00 < 0,05$  dan  $F_{hitung}$  pada tabel hasil Uji F *coefficients* sebesar  $26,835 \geq 2,87$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *word of mouth* secara bersama-sama (simultan)



berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri dengan nilai statistik uji t bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 6,254 > 2,028$  atau memiliki nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,05$  yang artinya kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Riyanto (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut membuktikan kualitas pelayanan dari Toko Bangunan Pratama Kediri yang sangat bagus dan memberikan kenyamanan serta kesesuaian dengan apa yang diharapkan oleh *customer* sehingga terciptalah rasa puas dari para konsumen Toko Bangunan Pratama Kediri.

### **2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri dengan nilai statistik uji t bahwa kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 6,746 > 2,028$  atau memiliki nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,05$  yang artinya kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Siswanto (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas produk pada Toko Bangunan Pratama Kediri yang berkualitas membuat para konsumen merasa puas dan dapat menciptakan keputusan pembelian untuk kedua bahkan ketiga kalinya di Toko Bangunan Pratama Kediri.

### **3. Pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri

## **Rama Dwi Fajarudin, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko S**

Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri

dengan nilai statistik uji t bahwa *word of mouth* ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 7,249 > 2,028$  atau memiliki nilai signifikansi  $= 0,000 < 0,05$  yang artinya *word of mouth* ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kusnul Quluk (2018) yang menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumen Toko Bangunan Pratama Kediri merasa puas dan dengan senang hati menceritakan pengalaman belanjanya kepada orang lain sehingga menarik minat calon konsumen lain untuk melakukan pembelian di Toko Bangunan Pratama Kediri.

### **4. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri dibuktikan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel} = 26.835 > 2,87$  atau nilai sig.  $= 0,00 < 0,05$ . Sehingga yang berarti bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, *word of mouth* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Siswanto (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara simultan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ada pada Toko Bangunan Pratama Kediri mempengaruhi kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga mampu menciptakan keputusan pembelian. Apabila ketiga indikator variabel independen dipenuhi secara memuaskan, maka akan meningkatkan volume penjualan pada Toko Bangunan Pratama Kediri.

### **Simpulan**

Dari hasil olah data dan interpretasi pembahasan Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama. Dan beberapa rumusan masalah yang diajukan dapat

disimpulkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen secara parsial. Selanjutnya kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko bangunan pratama. Kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat menciptakan kepuasan pada konsumen, sehingga konsumen melakukan promosi secara cuma-cuma dengan cara membicarakan dari mulut ke mulut atau biasa disebut *word of mouth*.

Selanjutnya ada beberapa keterbatasan yang dialami dalam melakukan penelitian ini, sehingga hal tersebut dapat diperhatikan kembali oleh peneliti selanjutnya agar peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan penelitiannya. Keterbatasan tersebut yaitu responden dari penelitian ini hanya pembeli di toko bangunan pratama, jumlahnya hanya 40 orang sehingga masih bias dikatakan kurang untuk mendeskripsikan keadaan sesungguhnya. Dalam pengambilan data melalui kuesioner terkadang jawaban tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, hal tersebut terjadi karena perbedaan pemikiran dan pendapat orang yang satu dengan yang lainnya, selain itu juga dapat disebabkan oleh ketidakjujuran dalam pengisian pendapat dalam kuesioner.

## Daftar Pustaka

- Aldiana, U. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Wom Terhadap Kepuasan Konsumen*. 1(1), 71–83.
- Batam, D. I. K., & Hamdi, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam*. 5.
- Baturaja, S., Tbk, P., & Halin, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada Pt Semen Baturaja (Persero) Tbk*. 3, 167–182.
- Cahyani, F. G. (2016). *1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. 5(2007), 1–19.
- Fikri, S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)*.
- Kumara, D. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt limas prima steel kota tangerang*. 4(4), 681–690.
- Quluk, K. (2018). *Pengaruh WOM dan Harga serta Kualitas Produk Galvalum terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Mitra Kontruksi Lumajang*. 1(September), 141–155.

**Rama Dwi Fajarudin, Dhiyan Septa Wihara, Edy Djoko S**

Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri

Riyanto, D. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaen Tulungagung*. 01(05).

Saputra, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment*. 9(September), 21-31.

Sinaga, A. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan*. 6(1).

Siswanto, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Soonlee Metalindo Perkasa*. 5, 249-261.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.