

PENGARUH KEBIJAKAN PERSEDIAAN BARANG DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA GERAJ OLEH-OLEH FEANDRACAKE

Asep Solihun, Hicmaed Tachta Hinggo, Hammam Zaki

Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail: 180304238@student.umri.ac.id

Abstrak

Diera persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik serta memastikan ketersediaan barang demi menjaga kepuasan pelanggan. Dua aspek penting yang sangat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kebijakan Persediaan Barang Dan Kualitas Pelayanan Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Gerai Oleh-Oleh Feandracake. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen. Dari hasil analisis data dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS, ditemukan bahwa variabel Persediaan barang dan Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Gerai Oleh-Oleh Feandracake.

Kata Kunci: *Persediaan Barang, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.*

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik serta memastikan ketersediaan barang demi menjaga kepuasan pelanggan. Dua aspek penting yang sangat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah kebijakan persediaan barang dan kualitas pelayanan. Menurut (Fauziah & Ratnawati, 2018). Sedangkan menurut (Vonk Noordegraaf & Welles, 2023) kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Tanpa persediaan yang memadai, konsumen dapat merasa kecewa karena barang yang dibutuhkan tidak tersedia. Demikian pula, pelayanan yang buruk dapat menyebabkan

konsumen merasa tidak dihargai. Fenomena didalam industri makanan pada saat ini persaingannya semakin semakin meningkat, maka dari itu Gerai oleh-oleh Feandracake diharuskan untuk meningkatkan kualitas produk yang akan di jual belikan, karena apabila tidak ada inofasi-inofasi yang di lakukan oleh Gerai Oleh-Oleh feandracake, maka makin kesini persaingan di dalam industri ini tidak akan sampai apa yang telah ditargetkan oleh pemilik Gerai Oleh-Oleh feandracake, jika ingin sesuai target maka harus lakukan inofasi-inofasi dan tingkatkan kualitas-kualitas produknya.

Gerai oleh-oleh Feandracake berdiri pada tahun 2019, awal berdiri Feandracak di jalan lobak, Pekanbaru. Dengan berjalannya waktu, feandracake telah maju pesat dan telah berpindah tempat yang beralamatkan di jalan SM.Amin tepat sebelah gerbang stadion utama riau yang tadinya dengan satu ruko sekarang sudah menjadi dua ruko. Saat ini Feandracake sudah memiliki cabang pertamanya yaitu yang beralamatkan di jalan Sembilang rumbai dengan sistem sewa nama. Kebijakan persediaan yang efektif memungkinkan gerai menjaga ketersediaan produk dengan biaya yang efisien, meminimalkan risiko kekurangan atau kelebihan stok. Dalam hal ini, perencanaan dan pengendalian persediaan sangat diperlukan agar permintaan konsumen dapat terpenuhi secara optimal.

Di pekanbaru sendiri ada beberapa gerai oleh-oleh yang banyak di singgahi oleh para wisatawan-wisatawan dari luar kota pekanbaru untuk membeli produkproduk khas dari pekanbaru. Salah satunya iyalah yang telah saya jadikan objek penelitian ini yaitu Feandracake. Produk-produk di Feandracake terdiri dari kuekue basah, kue-kue kering, bahkan ada snak-snak yang di gemari oleh para wisatawan-wisatawan luar kota pekanbaru, produk best Seller yang terdapat di Gerai oleh-oleh Feandracake adalah Pandan Unti Kelapa, produk ini adalah menjadi best seller dari Gerai Feandracake itu sendiri.

Di Feandracake juga menerima UMKM-UMKM yang ingin memperjual belikan produk-produknya kepada para masyarakat dan wisatawan yang singgah di Gerai oleh-oleh feandracake. Berbagai macam produk-produk mulai dari snak-snak dan aneka kue yang bisa di perjual belikan untuk membantu perekonomian UMKM yang telah berusaha mencari nafkah demi kehidupan sehari-hari. Kepuasan konsumen begitu sangat penting di suatu perusahaan terutama di Gerai Oleh-Oleh Feandracake ini, karena apabila konsumen tidak puas dengan pelayan kita maka produk-produk yang di miliki tidak akan laku atau tidak seterkenal saat ini. Menurut (Maimunah, 2020) Kepuasan konsumen merupakan suatu rasa suka atau kecewa ketika muncul dalam membandingkan sebuah kinerja atau hasil yang diharapkan.

Gerai oleh-oleh Feandracake, yang dikenal dengan beragam varian kue oleh-olehnya, menghadapi tantangan dalam memenuhi permintaan konsumen yang fluktuatif, terutama pada musim liburan dan akhir pekan. Jika perencanaan produksi tidak dilakukan dengan tepat, dapat terjadi ketidaksesuaian antara jumlah produk yang diproduksi dengan permintaan pasar. Hal ini dapat menyebabkan beberapa permasalahan, seperti keterlambatan produksi, bahan baku terbuang, hingga penurunan kualitas produk akibat proses produk yang terburu-buru. Permasalahan yang di hadapi untuk menarik para konsumen di Feandracake adalah persediaan bahan baku, karena dengan bahan baku yang berkualitas tinggi tentu memerlukan biaya yang mahal sehingga yang di jual belikan akan mahal juga, sedangkan konsumen banyak yang menginginkan biaya murah tapi dengan kualitas bahan yang bagus. Akan tetapi dari pihak Feandracake akan terus berusaha semaksimal mungkin untuk menarik para pelanggan atau konsumen untuk berdatangan ke Gerai Oleh-Oleh Feandracake.

Kualitas pelayanan pun memegang peranan penting dalam interaksi langsung antara perusahaan dan pelanggan. Mulai dari sikap karyawan, kebersihan gerai, kenyamanan berbelanja, hingga kemudahan dalam transaksi, semua aspek ini berkontribusi terhadap persepsi konsumen terhadap perusahaan. Menurut penelitian terdahulu (Atmaja, 2018) Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan puas atau tidak nasabah dalam pelayanan, yang dimulai dari Loyalitas para nasabah atau konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai Pengaruh Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen di Gerai oleh-oleh Feandracake menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana strategi persediaan barang dan kualitas pelayanan yang baik mampu mendukung peningkatan kepuasan konsumen serta membantu manajemen dalam merancang sistem persediaan yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Dalam wawancara yang telah saya lakukan kepada pemilik usaha Gerai Oleh-Oleh Feandracake, yang harus di perhatikan dalam apabila ingin menarik perhatian para pelanggan atau konsumen terdapat beberapa aspek yang harus di perhatikan, di antaranya persediaan, dan pelayanan. Aspek-aspek tersebut sangat berpengaruh untuk menarik perhatian para pelanggan atau konsumen yang ingin berbelanja di Gerai Oleh-Oleh Feandracake (Wahyudi, 2015) menjelaskan Persediaan merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan usaha, baik perusahaan dagang maupun manufaktur. Setelah adanya persediaan tentu adanya pelayanan.

Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan, model penelitian ini menggambarkan Pengaruh Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen pada Gerai Oleh-Oleh Feandracake. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen pada Gerai Oleh-Oleh Feandracake. Hal ini lah menjadi alasan peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen pada Gerai Oleh-Oleh Feandracake”.

KAJIAN PUSTAKA

Persediaan Barang

Persediaan barang adalah barang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa, dalam proses produksi untuk penjualan tersebut, dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan proses produksi atau pemberian jasa. Menurut (Qadafi & Wahyudi, 2020) persediaan barang merupakan komponen utama yang sangat penting dalam suatu perusahaan, karena persediaan akan dijual secara terus menerus untuk kelancaran bisnis perusahaan, selain itu persediaan barang merupakan aset harta yang cukup besar jika dibandingkan dengan harta lancar lainnya. Sedangkan menurut Handayani et al., (2023) persediaan barang merupakan salah satu manfaat dari teknologi informasi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut (Sugiarsih Duki Saputri, 2019) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi. Menurut penelitian terdahulu (R. F. Sari & Marlius, 2023) mendefinisikan Kepuasan konsumen adalah sejauh mana mereka mungkin merasa senang atau tidak puas setelah membandingkan apa yang mereka harapkan dan apa yang sebenarnya mereka terima setelah menggunakan produk

tersebut.

METODE

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, sedangkan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filosofi positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	47	47,0	47,0	47,0
	Perempuan	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 2025

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEGAWAI SWASTA	33	33,0	33,0	33,0
	PELAJAR/MAHASISWA	23	23,0	23,0	56,0
	PNS	15	15,0	15,0	71,0
	WIRAUUSAHA	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 2025

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp.5.000.000	6	6,0	6,0	6,0
	> Rp.6.000.000	16	16,0	16,0	22,0
	Rp. 1.000.000- Rp.2.000.000	1	1,0	1,0	23,0
	Rp.1.000.000- Rp.2.000.000	26	26,0	26,0	49,0
	Rp.3.000.000- Rp.4.000.000	50	50,0	50,0	99,0

Rp.5.000.000- Rp.6.000.000	1	1,0	1,0	100,0
Total	10 0	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 2025

		Usia			
		Fre quency	P ercent	Valid Percent	Cumul ative Percent
Valid	17-27 tahun	34	34,0	34,0	34,0
	28-38 tahun	31	31,0	31,0	65,0
	39-49 tahun	27	27,0	27,0	92,0
	50-60 tahun	8	8,0	8,0	100,0
	Total	10 0	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Data SPSS 2025

1. Berdasarkan Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa yang menjadi Gerai Oleh-Oleh *Feandracake* responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan yaitu sebesar 53% bila dibandingkan dengan laki-laki yang hanya 47%.
2. Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah Pegawai Swasta dengan jumlah 33 orang atau 33%.
3. Berdasarkan Tabel 4.3 berdasarkan pendapatan terbanyak adalah Rp.3.000.000-Rp.4.000.0000 dengan hasil 50%.
4. Berdasarkan Tabel 4.4 berdasarkan usia terbanyak adalah 17-27 Tahun dengan hasil 34%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 Uji Validitas X1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correc ted Item-Total Correlation	Cronb ach's Alpha if Item Deleted
1.1	21,4500	6,715	,671	,878
1.2	21,3200	6,240	,735	,868
1.3	21,4300	6,268	,749	,865
1.4	21,4100	6,547	,709	,872
1.5	21,4400	6,471	,730	,868
1.6	21,4000	6,525	,663	,879

Sumber : Data Olahan SPSS 2025

Uji Validitas X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correc ted Item-Total Correlation	Cronb ach's Alpha if Item Deleted
2.1	49,0700	108,894	,663	,894
2.2	49,1900	106,903	,662	,894
2.3	49,2100	107,703	,720	,892
2.4	49,5100	110,293	,555	,898
2.5	49,9700	105,585	,628	,895
2.6	49,5200	110,131	,552	,898
2.7	49,2800	105,719	,615	,896
2.8	49,1200	110,632	,562	,897
2.9	49,4100	111,739	,479	,900
2.10	49,3200	109,977	,551	,898
2.11	49,0300	111,706	,642	,896
2.12	49,2000	110,040	,642	,895
2.13	49,4600	108,352	,609	,896
2.14	50,0300	107,787	,585	,897
2.15	49,8400	111,065	,422	,904

Sumber : Data Olahan SPSS 2025

Uji Validitas Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correc ted Item-Total Correlation	Cronb ach's Alpha if Item Deleted
Y.1	30,7600	17,942	,483	,780
Y.2	31,2400	17,578	,432	,786
Y.3	31,1200	16,026	,656	,755
Y.4	31,2400	17,215	,428	,788
Y.5	31,2600	17,002	,462	,783
Y.6	31,3600	17,021	,503	,777
Y.7	30,8900	17,735	,521	,776
Y.8	31,1700	18,183	,403	,789
Y.9	31,0400	17,190	,538	,773

Sumber : Data Olahan Spss 2025

Dari tiga tabel diatas terlihat bahwa r hitung masing-masing butir pernyataan variabel independen dan dependen lebih besar dari r tabel. Hal ini dapat di indentifikasikan berdasarkan, apabila nilai korelasi besar dari r tabel maka data tersebut valid dengan demikian pernyataan untuk variabel Kebijakan Persediaan Barang, Kualitas Pelayanan dan Ttingkat Kepuasan Konsumen adalah valid dan layak untuk digunakan sebagai data penelitian.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keputusan
X1	0,891	0,60	Reliabel
X2	0,903	0,60	Reliabel
Y	0,799	0,60	Reliabel
Cronbachs Alpha	Standart	Keterangan	
0,853	0,60	Reliabel	
0,798	0,60	Reliabel	
0,852	0,60	Reliabel	

Sumber : Data Olahan SPSS 2025

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat hasil pengujian realibilitas untuk setiap variabel diperoleh data lebih besar dari 0,60 yaitu dari variabel kebijakan persediaan barang sebesar 0.891 kualitas pelayanan sebesar 0.903 tingkat kepuasan konsumen sebesar 0.799 yang berarti data tersebut reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

				Unstan dardized Residual
N				100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean			,00000 00
	Std. Deviation			2,7706 2913
Most Differences	Extreme	Absolute		,040
		Positive		,040
		Negative		-,033
Test Statistic				,040
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				,200 ^d
(2-tailed) ^e	Monte Carlo Sig.	Sig.		,966
		99% Confidence Interval	Lower Bound	,961
			Upper Bound	,970

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Olahan Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikan diatas $0,200 > 0,05$. Sehingga data tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a		Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
(Constant)	5,785	2,458	,354		
Kebijakan Persediaan Barang	706	,101	,461	,028	,000
Kualitas Pelayanan	209	,027	,505	,694	,000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan Penelitian (2025)

Dari hasil uji multikolinearitas pada tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh variabel Kebijakan Persediaan Barang (X1) menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 ($1,162 < 10$), Kualitas Pelayanan (X2) bernilai ($1,162 < 10$) nilai toleransi dari semua variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinearitas pada variabel Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
(Constant)	5,785	2,458	,354
Kebijakan Persediaan Barang	706	,101	,461
Kualitas Pelayanan	209	,027	,505

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan Penelitian (2025)

Berdasarkan tabel 6 tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 17.417 + 0.706 X_1 + 0.209 X_2 + e$$

Angka-angka dalam persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (Y)

Sebesar 5,785 artinya adalah setiap kenaikan ataupun penurunan nilai Tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka Tingkat Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan 5,785.

2. Nilai koefisien regresi variabel Kebijakan Persediaan Barang (X1) sebesar 0.706 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Kebijakan Persediaan Barang, maka akan meningkatkan nilai Tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 0.706.

3. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0.209 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan nilai variabel Tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 0.209.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7 Uji t / Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstand ardized Coefficients	Stand dardized Coefficients			
		Beta			ig.
(Constant)	,785			,354	021
Kebijakan Persediaan Barang	706	,461		,028	000
Kualitas Pelayanan	209	,505		,694	000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil regresi uji t yang disajikan pada tabel 7 diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kebijakan Persediaan Barang terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai t hitung $7,028 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini menjelaskan bahwa variabel Kebijakan Persediaan Barang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai t hitung $7,694 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikan $0.00 < 0.05$. Hal ini menjelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima.

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.641	.634	2,79905

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kebijakan Persediaan Barang

Sumber: Data Olahan Penelitian (2025)

Berdasarkan tabel 8 hasil uji koefisien determinasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien korelasi (R) adalah 0.801 . Untuk penilaian kuat tidaknya hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen maka kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

1. $0,00 - 0,199 =$ Sangat Rendah
2. $0,20 - 0,399 =$ Rendah
3. $0,40 - 0,599 =$ Sedang
4. $0,60 - 0,799 =$ Kuat
5. $0,80 - 1,00 =$ Sangat Kuat

Berdasarkan kriteria tersebut, maka dapat diketahui hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen dalam penelitian ini adalah sangatkuat karena nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0.801 .

- b. Nilai *Adjusted R Square* adalah $0,634$. Artinya variabel Kebijakan

Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan Tingkat Kepuasan Konsumen sebesar 63%. Sisanya 37% dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Pengaruh Kebijakan Persediaan Barang terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai t hitung $7,028 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini menjelaskan bahwa variabel Kebijakan Persediaan Barang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai t hitung $7,694 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikan $0.00 < 0.05$. Hal ini menjelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima

Saran

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah luas penelitian dan waktu penelitian sehingga akan diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel independen lainnya yang berpengaruh terhadap belanja daerah untuk menambah variasi penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto.(2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- FachmiM., Modding, B., Kamase, J., & Damis, H. (2020). The Mediating Role of Satisfaction: Life Insurance Customers' Perspective (Service Quality, Trust and ImageToward Loyalty).International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding,7(6), 156-170.
- Ginting, R. (2007). Sistem Produksi. Yogyakarta :Graha Ilmu.Harsanto.(2013). Dasar Ilmu Manajemen Operasi. Penerbit Unpad Press. Bandung.
- Kotler, P.(2006). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T. Indeks Gramedia.
- Kumalaningrum, M. P., Kusumawati, H., & Hardani, R. P. (2011). Manajemen operasi.Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan STIM YKPN.
- Lovelock, C., &Wirtz, J.(2011). Service Marketing. New Jersey. USA : Pearson.
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi

- Semarang. Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna, 3(1), 159-166.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal Of Management*, 2(2).
- Sinambela, L.P. (2011). Reformasi Pelayanan Publik, Teori Kebijakan dan Implementasi, cetakan kelima, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.