

PENGARUH KUALITAS PRODUK, SISTEM PEMBAYARAN, DAN JASA KURIR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM BIDANG *FASHION* DI KABUPATEN KAMPAR

Natasya Fazira^{*1}, Rizqon Jamil Farhas², Rinda Fithriyana³

^{1,2,3}Prodi Kewirausahaan, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

E-mail: ^{*1}natasyafazira.ask@gmail.com, ²rizqonjamil@universitaspahlawan.ac.id,

³rindafithriyana@gmail.com

Abstrak

Kualitas yang kurang baik dan kurang bervariasi pada suatu produk menyebabkan konsumen memilih belanja *online* diluar tempat tinggalnya yang lebih terjangkau dibandingkan belanja konvensional seperti di daerahnya khususnya di kabupaten Kampar, banyaknya UMKM bidang *fashion* yang belum menggunakan jasa kurir dan sistem pembayaran yang masih konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh produk, sistem pembayaran, dan jasa kurir terhadap kepuasan konsumen pada UMKM bidang *fashion* di Kabupaten Kampar. Teknik sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan sampel penelitian yaitu 100 responden yang menjadi konsumen pada UMKM. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan uji normalitas, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, sistem pembayaran, dan jasa kurir berdistribusi normal dan kualitas produk, sistem pembayaran, dan jasa kurir tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bidang *fashion* di Kabupaten Kampar.

Kata kunci : kualitas produk, sistem pembayaran, jasa kurir, kepuasan konsumen, UMKM

Abstract

Poor quality and lack of variety in a product causes consumers to choose online shopping outside their residence which is more affordable than conventional shopping, such as in their area, especially in Kampar district, many Micro, Small and Medium Enterprises in the fashion sector do not yet use courier services and payment systems are still in use. conventional. This research aims to test and analyze the influence of products, payment systems and courier services on consumer satisfaction in Micro, Small and Medium Enterprises in the fashion sector in Kampar Regency. The sampling technique used was purposive sampling with a research sample of 100 respondents who were consumers in Micro, Small and Medium Enterprises. Data collection uses questionnaires and documentation. Data analysis uses the normality test, multiple linear regression test and hypothesis testing, namely the t test and f test. The research results show that product quality, payment systems and courier services are normally distributed and product quality, payment systems and courier services do not have a significant effect on consumer satisfaction in the fashion sector in Kampar Regency.

Keywords : *products quality, payment systems, courier services, consumer satisfaction, micro, micro small and medium enterprises*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah meninggalkan Indonesia dengan berbagai tantangan ekonomi. Kondisi ekonomi Indonesia tampak memprihatinkan; menurut perkiraan, ekonomi dunia akan mengalami kontraksi tidak seperti pada tahun 1998 atau 2008. Perdagangan, termasuk perdagangan internasional, menurun akibat keadaan ini. Kondisi ini juga mengakibatkan kendala operasional bagi sejumlah industri, termasuk pabrik dan perusahaan industri yang terpaksa menghentikan operasi karena keadaan yang mencegah penyebaran virus Covid-19, khususnya di Indonesia (Hernikawati, 2022).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang jasa konveksi merupakan salah satu dari sekian banyak dampak COVID-19 yang sangat merugikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Untuk mencegah lonjakan penyebaran virus Covid-19 di masa pandemi, pemerintah memberlakukan pembatasan sosial atau *social distancing* yang berdampak pada penurunan daya beli masyarakat. UMKM salah satunya di daerah Provinsi Riau mengalami pertumbuhan dengan jumlah

yang signifikan jika dibandingkan dengan tahun sebelum pandemi Covid-19. Konsentrasi UMKM di Provinsi Riau masih didominasi di Kota Pekanbaru sebesar 19,47 persen dari jumlah keseluruhan UMKM di Provinsi Riau. Sedangkan sebanyak 13,50 persen UMKM berada di Kabupaten Kampar dan sisanya tersebar di sepuluh kabupaten atau kota di Provinsi Riau. Berikut data jumlah perusahaan pada industri makro dan kecil 2018-2020 diprovinsi Riau.

Tabel 1. Jumlah Perusahaan pada Industri Makro dan Kecil 2018-2020

Kabupaten/Kota	Jumlah perusahaan pada Industri Mikro dan Kecil		
	2018	2019	2020
Kuantan singingi	21769	3010	1888
Indragiri hulu	8842	5110	4892
Indragiri hilir	8809	8591	7865
Pelalawan	4268	3931	3840
Siak	5212	2345	2019
Kampar	14831	5806	5069
Rokan hulu	5945	3882	3317
Bengkalis	12771	7212	6354
Rokan hilir	16643	3618	2932
Kepulauan meranti	5941	4752	4162
Pekanbaru	49158	8226	6352
Dumai	6845	3354	1930
RIAU	161034	59837	50620

Berdasarkan di atas terlihat bahwa UMKM berkurang dari tahun 2018 hingga 2020. Hal ini disebabkan covid-19 yang terjadi di Indonesia serta adanya kebijakan pemerintah yaitu pembatasan sosial berskala besar (PSBB). PSBB memberikan pengaruh besar terhadap kegiatan ekonomi khususnya di Kabupaten Kampar khususnya pada UMKM bidang *fashion*.

Saat ini, banyak perusahaan *fashion* di Indonesia yang berlomba-lomba meningkatkan volume penjualannya setelah pandemi covid-19 berkurang salah satunya menggunakan cara promosi dan meningkatkan kualitas produk. Kini, kemajuan dunia mode di Indonesia sudah tidak bisa dipandang sebelah mata, mulai dari model busana, desain busana, hingga kualitas para perancang busana. Hal ini terbukti dari makin banyaknya anak muda yang merintis usaha di bidang mode, termasuk para selebriti seperti Ida Royani, Andien, Luna Maya, Zaskia Sungka, dan Zaskia Adya Mecca yang beralih profesi menjadi model, fashion blogger, dan perancang busana (Rahmadani et al., 2022). Hal ini menunjukkan bagaimana masyarakat Indonesia menjadi semakin sadar akan kebutuhan akan mode, yang lebih dari sekadar pakaian dan lebih ke arah gaya hidup.

Barang-barang fashion merupakan kebutuhan yang selalu dicari orang. Setiap bisnis harus mengutamakan kualitas produk jika ingin memiliki keunggulan kompetitif di pasar untuk barang-barang yang mereka produksi. Nilai suatu produk yang dapat memuaskan pelanggan secara fisik dan psikologis dikenal sebagai kualitasnya. Keadaan dinamis yang melibatkan barang, jasa, orang, prosedur, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan disebut sebagai produk berkualitas (Hasan, 2020).

Fenomena yang terjadi dari segi kualitas produk, konsumen masih merasa bahwa kualitas produk yang dijual UMKM di Kabupaten Kampar masih kurang memiliki kualitas yang baik dan kurang bervariasi sehingga masih banyak konsumen yang memilih belanja *online* ataupun belanja *fashion* di Pekanbaru. Contohnya pada beberapa toko *fashion* di Kabupaten Kampar yang tempatnya kurang memadai dan kurang menarik perhatian sehingga konsumen lebih memilih belanja produk di Kota. Kurang menariknya tampilan toko dan penyajian produk membuat konsumen tidak tertarik untuk membeli yang menyebabkan kepuasan konsumen menurun dan hanya meningkat pada hari-hari besar saja. Pelanggan juga masih beranggapan bahwa harga terlalu tinggi dan metode pembayaran saat ini kurang memuaskan, sehingga mereka lebih memilih membeli barang fesyen di tempat lain selain Kabupaten Kampar. Sistem pembayaran yang ada pada toko-toko *fashion* di Kabupaten Kampar menggunakan sistem tunai sehingga bagi konsumen yang jarang memiliki uang tunai menjadi kesulitan melakukan transaksi. Hanya beberapa toko saja yang sudah menggunakan sistem pembayaran Qris atau debit. Menurut Azhari dalam (Hasibuan & Ramadhani, 2022) semakin meningkat kualitas produk yang baik dan sistem pembayaran yang mengikuti perkembangan zaman maka akan meningkatkan penjualan, namun begitu pula sebaliknya.

Penjualan sangat bersaing dalam era modern ini. Hal ini disebabkan karena media sosial berkembang dengan pesatnya. Media sosial tidak dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku UMKM menyebabkan usahanya kurang berkembang (Putra & Jocelyn, 2022). Salah satunya seperti UMKM yang ada di Kabupaten Kampar sehingga kurang bisa bersaing dengan UMKM diluar daerah Kabupaten Kampar. Sistem pembayaran yang digunakan tidak membantu meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari bentuk penjualan yang hanya dilakukan secara konvensional dan kurang memanfaatkan media sosial dengan baik. Pemanfaatan media sosial dalam penjualan seperti adanya aplikasi *marketplace*, *shopee* ataupun *lazada* belum dimanfaatkan dengan baik oleh UMKM yang ada di Kabupaten Kampar. Dalam penyebaran sistem penjualan *online* tersebut tentunya sistem pembayaran yang dilakukan juga secara *online* serta pengiriman yang dilakukan juga melalui jasa kurir. Penjualan yang dilakukan masih konvensional, sehingga sistem pembayaran dan kualitas produk juga kurang berkembang untuk daerah Kabupaten Kampar itu sendiri.

Selain sistem pembayaran dan kualitas produk yang menentukan kepuasan konsumen dan jasa kurir saat ini juga meningkat pesat yang mempengaruhi penjualan UMKM. Kebutuhan konsumen meliputi kebutuhan akan jasa kurir; mereka sering menginginkan sesuatu yang praktis, dapat diandalkan, cepat, dan mudah digunakan saat mengangkut barang. Kecintaan konsumen terhadap jasa kurir ditunjukkan oleh kebutuhan mereka yang terus meningkat dan pertumbuhan pengecer daring.

Terdapat beberapa jasa kurir di Kabupaten Kampar seperti JNE, JnT, *shopee express*, Tiki, dan Indah *cargo* yang menyediakan jasa pengiriman baik dalam skala kecil maupun skala besar. Hal ini mempermudah masyarakat dalam melakukan belanja *online*. Banyaknya masyarakat yang melakukan belanja *online* khususnya produk *fashion* membuat beberapa UMKM *fashion* di Kabupaten Kampar kurang berkembang karena kurang mengikuti tren platform *online*. Di Kabupaten Kampar saat ini jasa kurir untuk UMKM lebih banyak UMKM itu sendiri yang menjadi kurir tetapi itu hanya pada produk-produk tertentu. UMKM yang belum menggunakan jasa kurir tentunya tertinggal dan tidak dapat bersaing dengan UMKM *fashion* yang telah menggunakan jasa kurir, karena kecenderungan masyarakat yang ingin praktis dan cepat dalam

melakukan pembelian sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk.

Kepuasan pelanggan dimulai dengan penilaian (persepsi) konsumen terhadap mutu barang atau jasa yang mereka peroleh, yang didasarkan pada harapan yang telah mereka bangun secara mental (Apriliansi, 2020). Harapan-harapan ini berasal dari pengalaman masa lalu dengan barang atau jasa (pengalaman) dan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan pelanggan. Akan ada rasa senang dan kecewa dengan penilaian ini. Jika kualitasnya memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, mereka akan senang. Di sisi lain, klien akan merasa tidak puas jika mutu barang atau jasa tidak memenuhi harapan mereka. Kemampuan perusahaan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggannya sangat penting, karena hal ini memungkinkan perbandingan kinerja dengan bisnis pesaing. Lebih jauh, bisnis dapat memastikan apakah produk yang disediakan (barang atau jasa) memiliki kekurangan dalam hal apa pun. Memperoleh klien setia memerlukan sikap dan tindak lanjut tertentu. Memperoleh kembali bisnis memerlukan tindakan ketika klien hilang atau tidak aktif.

Kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan apabila tidak terpenuhi akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan dan menurunnya jumlah pemakai produk tersebut. Menurut Ditami (2017) ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen. Preferensi pelanggan dapat diperhitungkan saat menerapkan pengembangan penjualan, dan tujuannya adalah agar mereka senang dengan produk yang mereka terima atau tukarkan. Persaingan ketat saat ini berarti bahwa bisnis harus menyediakan barang berkualitas tinggi dengan fitur unik untuk membedakan diri dari pesaing. Selain itu, jasa kirim saat ini menjadi penentu kepuasan konsumen dalam pengiriman barang, karena lebih praktis dilakukan. Jasa kirim yang sesuai dan ramah serta efisien membuat konsumen ingin melakukan pembelian lagi sehingga meningkatkan pendapatan akibat adanya kepuasan konsumen tersebut. Menggunakan jasa kirim diperlukan sistem pembayaran yang lebih praktis dan dapat dilakukan dimana saja.

Penelitian Destarini dan Prambudi (2022) menunjukkan pengaruh kualitas produk yang positif dan besar, yaitu semakin kuat pilihan pembelian, semakin baik kualitas produk. Produk yang telah lama memiliki pengaruh negatif seperti kurangnya minat beli Masyarakat terhadap produk yang telah lama ada dipajangan sehingga sering kali produk yang kurang kualitas dan mengikuti tren berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Selain penelitian terkait produk juga terdapat penelitian lainnya terkait sistem pembayaran dan jasa kurir. Penelitian yang dilakukan Samsurijal (2020) diperoleh bahwa sistem pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga konsumen mau membeli produk khususnya kaum muda yang banyak menggunakan fashion. Hal ini dapat meningkatkan penjualan UMKM, tetapi juga memiliki dampak negatif seperti tidak seluruh konsumen memiliki sistem pembayaran non tunai sehingga sering kali pembayaran non tunai menjadi keputusan konsumen dalam membeli produk. Sistem pembayaran cicilan lebih banyak dibandingkan dengan sistem pembayaran tunai. Banyak negara telah mulai mengembangkan barang pembayaran elektronik, yang sering dikenal sebagai uang elektronik, sebagai respons terhadap kebutuhan akan instrumen pembayaran yang terjangkau dan bermanfaat. Produk-produk ini dapat meningkatkan penjualan dan menyempurnakan sistem pembayaran yang ada.

Selain itu, penelitian Sumarna dan Pramudita (2020) menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan kurir dalam melakukan pengiriman atau yang disebut jasa

kurir memberikan dampak terhadap keputusan pembelian masyarakat masyarakat untuk melakukan belanja *online*. Jasa kurir membantu mengangkat UMKM baik kota maupun desa untuk bangkit dari pandemi sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Adanya jasa kurir membantu UMKM dapat melakukan aktivitas lainnya yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena pengiriman yang dilakukan melalui jasa kurir mempermudah dan efisien bagi pelaku UMKM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Hidayat, Ajengtiyas, dan Ginting (2022), Mardikaningsih (2021), dan Apriliana (2020) memperoleh kesimpulan jasa kurir atau jasa pengiriman dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian Karin, Bobby, Hadi, Winny, Istijanto (2022) bahwa kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh jasa pengiriman melainkan melalui harga produk. Selanjutnya penelitian tentang sistem pembayaran oleh penelitian terdahulu yaitu Pransiska dan Fitri (2023), dan Savira, Deny, dan Rendra (2023) berdasarkan hasil penelitian yaitu Sistem pembayaran yang sederhana dan efektif dapat meningkatkan kepuasan klien terhadap produk atau layanan yang telah mereka beli dan meningkatkan kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan tetap. Kepuasan pelanggan dan sistem pembayaran dimediasi oleh kualitas layanan, yang memiliki dampak besar dan menguntungkan. Pelanggan dapat merasa puas dengan menyediakan sistem pembayaran yang mudah digunakan dan layanan berkualitas tinggi.

Kemudahan sistem pembayaran yang sangat berkembang saat ini adalah sistem pembayaran menggunakan *Qriss* sehingga konsumen tidak perlu membawa dompet Ketika berbelanja khususnya dalam berbelanja fashion. Saat ini peranan pembayaran uang tunai mulai tergeser dengan adanya kemajuan teknologi. Hasil penelitian Nursari et al (2019) menunjukkan bahwa pembayaran non tunai (Kartu Debit atau ATM, Kartu Kredit, *E-Money*, Kliring, RTGS) berpengaruh positif terhadap perekonomian dan permintaan uang tunai di masyarakat Indonesia. Sistem pembayaran tersebut tentunya meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli yang dilakukan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menjadikan kualitas produk, sistem pembayaran dan jasa kurir menjadi variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Ketiga variabel *independent* secara bersamaan digunakan dalam melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen yang digunakan. Hal ini menjadi kebaruan dalam penelitian ini dimana penelitian sebelumnya belum meneliti ketiga variabel kualitas produk, sistem pembayaran dan jasa kurir secara bersamaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis melakukan penelitian yang berjudul pengaruh kualitas produk, sistem pembayaran, dan jasa kurir terhadap kepuasan pada UMKM bidang *fashion* di Kabupaten Kampar.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data yang berasal dari konsumen toko fashshion di kabupaten Kampar. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di UMKM bidang *fashion* yang menjadi subjek penelitian dengan jumlah yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dari setiap UMKM adalah dengan cara *random sampling*. *Random sampling* atau metode acak sederhana ini biasanya digunakan untuk mewakili kelompok yang tidak bias dengan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Data yang

diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f, serta uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebelum kuisioner digunakan pada penelitian terlebih dahulu dilakukan ujicoba angket atau validasi dengan memberikan angket kepada 15 responden yang pernah membeli di UMKM tempat penelitian terkait kualitas produk, sistem pembayaran, jasa kurir, dan kepuasan konsumen. Berikut hasil validasi angket setelah diolah oleh peneliti.

Tabel 2. Hasil Validitas

No	Variabel	Skor Validasi	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)		
	X1.1	0,73	Valid
	X1.2	0,76	Valid
	X1.3	0,77	Valid
	X1.4	0,73	Valid
	X1.5	0,75	Valid
	X1.6	0,53	Valid
2	Sistem Pembayaran (X2)		
	X2.1	0,52	Valid
	X2.2	0,78	Valid
	X2.3	0,88	Valid
	X2.4	0,63	Valid
	X2.5	0,88	Valid
	X2.6	0,69	Valid
3	Jasa Kurir (X3)		
	X3.1	0,79	Valid
	X3.2	0,67	Valid
	X3.3	0,75	Valid
	X3.4	0,78	Valid
	X3.5	0,77	Valid
	X3.6	0,77	Valid
4	Kepuasan Konsumen (Y)		
	Y1	0,76	Valid
	Y2	0,58	Valid
	Y3	0,91	Valid
	Y4	0,81	Valid
	Y5	0,52	Valid
	Y6	0,52	Valid
	Y7	0,61	Valid
	Y8	0,80	Valid
	Y9	0,87	Valid
	Y10	0,77	Valid

Seluruh item pertanyaan valid dan dapat digunakan tanpa revisi dengan nilai validasi r hitung $> 0,514$ yang merupakan nilai r tabel sehingga dapat dikatakan valid baik dari variabel kualitas produk, sistem pembayaran, jasa kurir, dan kepuasan konsumen. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Berikut hasil reliabilitas dari uji coba yang dilakukan.

Tabel 3. Hasil Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronback's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,81	Reliabel
Sistem Pembayaran	0,79	Reliabel
Jasa Kurir	0,83	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,82	Reliabel

Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Untuk hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Kualitas Produk	sistem pembayaran	jasa kurir	kepuasan konsumen
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.24	18.20	16.45	37.32
	Std. Deviation	1.319	1.181	1.140	1.626
Most Extreme Differences	Absolute	.222	.167	.175	.162
	Positive	.222	.167	.163	.098
	Negative	-.178	-.163	-.075	-.062
Test Statistic		.222	.167	.175	.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^c	.056 ^c	.114 ^c	.098 ^c
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					
c. Lilliefors Significance Correction.					

Berdasarkan hasil uji normalitas memperlihatkan hasil asymp sig kualitas produk $0,07 > 0,05$ berdistribusi normal, sistem pembayaran $0,056 > 0,05$ berdistribusi normal, jasa kurir $0,114 > 0,05$ berdistribusi normal, dan kepuasan konsumen $0,98 > 0,05$ berdistribusi normal sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dependen dan independent berdistribusi normal.

Tabel 5. Pengujian Regresi Linear Berganda

Nama Variabel	Beta	Standar Error	t_{hitung}	$T_{tabel (n-k-1)}$	Sig
Constanta	39,234	4,726	8,302	1,984	0,000
Kualitas Produk	0,037	0,128	0,289	1,984	0,773
Sistem Pembayaran	0,085	0,147	0,580	1,984	0,563

Nama Variabel	Beta	Standar Error	t _{hitung}	T _{tabel (n-k-1)}	Sig
Jasa Kurir	0,067	0,151	0,447	1,984	0,656

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS yang menjelaskan kualitas produk, sistem pembayaran, jasa kurir terhadap kepuasan konsumen maka dapat diperlihatkan pada hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 39,234 + 0,037 X1 + 0,085 X2 + 0,067 X3 + e$$

Jika dianalisis angka-angka yang ada regresi linear berganda tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apabila variabel X1 (produk) mengalami kenaikan 1 skor akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sebesar 0,037 atau 3,7%.
2. Apabila variabel X2 (sistem pembayaran) mengalami kenaikan 1 skor akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sebesar 0,085 atau 8,5%.
3. Apabila variabel X3 (jasa kurir) mengalami kenaikan 1 skor akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sebesar 0,067 atau 6,7%.

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.234	4.726		8.302	.000
	Kualitas Produk	.037	.128	.030	2.289	.043
	sistem pembayaran	.085	.147	-.062	2.580	.033
	jasa kurir	.067	.151	-.047	3.447	.046

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh sistem penjualan, jasa kurir, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan signifikan (atau tidak). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung diperoleh pada (X1) sebesar 2,289, dan nilai t tabel pada tingkat kepercayaan 95% menunjukkan angka 1,984. Mengingat nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada industri fesyen Kabupaten Kampar dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan.

Tabel 7. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.345	3	.448	3.165	.020 ^b
	Residual	260.415	96	2.713		
	Total	261.760	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen
b. Predictors: (Constant), jasa kurir, kualitas Produk, sistem pembayaran

Tabel tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya adalah $3,165 < 2,70$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen secara simultan dipengaruhi oleh metode pembayaran, jasa kurir, dan kualitas produk.

Tabel 8. Korelasi Koefisien

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.072 ^a	.005	.26	1.647
a. Predictors: (Constant), jasa kurir, Produk, sistem pembayaran				

Koefisien korelasi (R) = 0,072 yang menunjukkan pengaruh kualitas produk, sistem penjualan, dan jasa kurir terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 7,2%. Koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) menunjukkan pengaruh sistem penjualan, dan jasa kurir terhadap kepuasan konsumen pada determinasi mencapai 0,26 atau 26%.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UMKM bidang *fashion* di Kampar

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk diperoleh bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bidang *fashion* di Kabupaten Kampar. Pada pertanyaan pertama yang menyatakan kualitas produk toko lebih baik dari toko lain lebih banyak responden menjawab netral karena mereka bukan pelanggan tetap dan memilih menjawab netral dan kebanyakan toko *fashion* memiliki kualitas produk dan model *fashion* yang sama sehingga belum bervariasi di setiap tokonya. Produk-produk yang ada di setiap toko belum terlalu mengikuti perkembangan tren bagi beberapa responden tetapi mereka menyukai produk toko tersebut sehingga jawaban dari setiap item pertanyaan variabel kualitas produk lebih banyak menjawab netral. Berdasarkan variabel tersebut bahwa produk *fashion* yang ada di setiap toko di Kampar mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk disebabkan bukan pelanggan tetap sehingga mereka hanya sesekali membeli produk di toko tersebut, sehingga kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas produk yang baik seharusnya mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian produk karena konsumen akan cenderung membeli lagi produk tersebut, salah satunya aspek kualitas produk. Mereka tidak akan kecewa dengan produk berkualitas tinggi yang harganya selangit; sebaliknya, jika produk berkualitas rendah dan harganya selangit, mereka akan kecewa. Banyak penelitian terdahulu yang meneliti dampak kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan membuktikan hal ini. Savitri & I Made (2018), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian oleh Sari (2018), dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Berubah Menjadi Loyalitas Pelanggan Pada *Coldplay Juice Soji*". Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel produk, tempat dan promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Bidang UMKM yang diteliti berbeda sehingga pengaruh yang diperoleh juga berbeda. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Santoso (2019) bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk tidak selalu mempengaruhi kepuasan konsumen melainkan faktor lain seperti harga produk.

Pengaruh sistem pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada UMKM bidang *fashion* di Kampar

Hasil penelitian mengenai variabel sistem pembayaran menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada industri fesyen Kabupaten Kampar sangat dipengaruhi oleh sistem pembayaran. Salah satu inovasi teknologi terkini adalah sistem pembayaran. Sebelum mengenal pembayaran non tunai, masyarakat lebih banyak menggunakan alat pembayaran tunai berupa uang kertas (uang kertas dan logam). Namun seiring dengan kemajuan teknologi, semakin banyak pula masyarakat yang menggunakan alat pembayaran non tunai seperti kartu kredit, kartu ATM, cek, dan e-money untuk bertransaksi. Hal ini mengarah pada budaya *cashless society* yang marak digencarkan sekarang ini, namun di Kabupaten Kampar masih banyak UMKM bidang *fashion* yang melakukan pembayaran secara tunai sehingga dari hasil penelitian sistem pembayaran mempengaruhi kepuasan konsumen dikarenakan responden warga Kabupaten Kampar sudah terbiasa dengan pembayaran tunai khususnya ibu-ibu yang tidak memiliki rekening, sehingga pembayaran tunai dinilai masih mudah bagi Masyarakat Kampar. Sistem pembayaran yang belum berkembang tersebut menyebabkan Masyarakat setuju dan netral dalam sistem pembayaran yang di gunakan pada setiap UMKM *fashion* yang ada di Kampar. Sejalan dengan penelitian Sulaeman (2020) bahwa Pembayaran mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Naufal dan Trianasari (2020) bahwa kualitas layanan sistem pembayaran non tunai tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pada penelitian yang peneliti peroleh lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti harga barang, sistem pembayaran tidak mempengaruhi signifikan kepuasan konsumen, konsumen lebih tertarik dengan harga dan kualitas dari produk yang dijual dalam kepuasan konsumen tersebut.

Pengaruh jasa kurir terhadap kepuasan konsumen pada UMKM bidang *fashion* di Kampar

Variabel jasa kurir diperoleh bahwa terdapat pengaruh jasa kurir terhadap kepuasan konsumen bidang *fashion* di Kabupaten Kampar. Jasa kurir merupakan kualitas pelayanan suatu toko atau UMKM yang menentukan kepuasan konsumen. Pelayanan seperti jasa kurir mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi dan melakukan pembelian sehingga konsumen akan melakukan transaksi secara berulang dan pastinya menguntungkan pihak UMKM tersebut. Hal ini yang menjadi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian broduk *fashion* mengingat banyaknya produk-produk yang dapat dilakukan pembelian secara *online*.

Jasa kurir di lingkungan Kabupaten Kampar bagi pelaku UMKM masih sangat minim dalam penggunaannya sehingga UMKM yang menggunakan jasa kurir dalam meningkatkan penjualannya sangat bagus. Kabupaten Kampar itu sendiri masih tergolong lingkungan pedesaan sehingga masyarakatnya lebih suka berbelanja secara konvensional khususnya ibu-ibu, sehingga pelayanan jasa kurir tidak mempengaruhi kepuasannya dalam melakukan pembelian mengingat mereka tidak menggunakannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Nurdalilah (2019) bahwa pelayanan jasa pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel yang berpengaruh lainnya adalah variabel *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,946. Begitu pula dikota besar jasa pengiriman atau jasa kurir berpengaruh karena konsumen tetap akan melakukan pembelian online dengan mengandalkan jasa kurir dalam pengirimannya meskipun masih ditemui kualitas jasa kurir yang tidak memuaskan karena kebiasaan belanja *online* sudah menjadi kebutuhan dan kebiasaan masyarakat Indonesia untuk saat ini yang ingin semuanya dilakukan secara instan.

Penelitian bertolak belakang dengan penelitian Anam (2021) bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas, produk, harga, kualitas layanan dan faktor emosional. Pada penelitian tersebut memperlihatkan bahwa jasa kirim tidak termasuk pada faktor penentu dalam kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jasa kurir tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan pada beberapa produk atau keadaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil *t* hitung kualitas produk menunjukkan nilai 2,289 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan produk terhadap kepuasan konsumen bidang *fashion* di Kabupaten Kampar. Hasil *t* hitung sistem pembayaran diperoleh nilai 2,580 sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan sistem pembayaran terhadap kepuasan konsumen bidang *fashion* di Kabupaten Kampar. Hasil *t* hitung jasa kurir diperoleh 3,447 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh jasa kurir terhadap kepuasan konsumen bidang *fashion* di Kabupaten Kampar.

SARAN

Disarankan memperluas variabel dan sampel penelitian agar lebih memperdalam kajian yang diteliti serta tambahan UMKM yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, F. T. (2020). Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru.2.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2022). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(1), 1-52.
- Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Sebagai Produk Tersier Dalam Upaya Bersaing Dengan *E-Commerce* Dan Perubahan *Sosio-Ekonomi Global*. *jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis*, 17(2), 111-120. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i24498>
- Hasibuan, Z., & Ramadhani, S. (2022). Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Produk Pada Fitur Tiktok Shop (Study Pada Pelanggan Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa/I Medan). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12), 19159–19170.
- Hernikawati, D. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Komunikasi Massa*, 3(1), 9–17.

- Hidayat, Ajengtiyas., & Ginting. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Komisaris Independen Publik Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akunida*, 2(1), 1–4. [http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon - 2008 - Coaching d'equipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysia-ian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017](http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon%202008%20Coaching%20d%27%C3%A9quipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysia-ian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017)
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Nursari, A., Suparta, i wayan., & Yoke, M. (2019). Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Yang Diminta Masyarakat (M1) Dan Perekonomian. *Jep*, 8(10), 285–306.
- Pransiska, L., Nofirda, F. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Dampak Ekonomi Digital terhadap Penggunaan Aplikasi DANA pada Gen Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 26604–26609. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10901%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/10901/8669>
- Putra, E. Y., & Jocelyn, F. (2022). Implementasi Pemasaran Digital pada UMKM Pondok Vegetarian Top 68 dengan Menggunakan Media Sosial. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 3(2), 102–108. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v3i2.2755>
- Rahmadani, N. P., Nasrullah, M., & Sukron, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Produk Hijab (Studi Kasus : Toko Hijab Aini Modiste Tirto). *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 89–96.
- Savira, D., Rahayu, D. D., & Wasnury, R. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Transaksi Nontunai Pada Usaha Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen Pemasaran ...*, 02(3), 754–759. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/142>
- Savitri, I. A. P. D., & I. Made, Wardana. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748–5782.
- Sulaeman, I. (2020). Analisis Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus UMKM Pantai Tanjung Pakis). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(2), 144–149. <https://doi.org/10.36418/jiss.v1i2.597>
- Sumarna, D. L., & Pramudita, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Kurir Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(1), 45–52. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i1.401>