

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DAPUR MAMA IA KOTA BENGKULU**

Dilla Putri Syavira<sup>(1)</sup> Sri Ekowati<sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu

[sriekowati@umb.ac.id](mailto:sriekowati@umb.ac.id)

### **Abstract**

The purpose of this study is based on the identification of the problems stated above, then the purpose of this study is to determine the quality of service, products to customer satisfaction Dapur Mama IA Bengkulu. The sample of this study amounted to 160 which were determined proportionally. Data collection techniques using questionnaires and data analysis techniques using multiple linear regression. The conclusion of the results of this study is that the Quality of Influence has a positive and significant effect on Customer Satisfaction of Dapur Mama IA Kota Bengkulu, the better the Quality of Service provided the better it will be for the development of Dapur Mama IA Kota Bengkulu. With good Service Quality, it will create Customer Satisfaction by itself. Together, Service Quality and Product Quality have a positive and significant effect on Customer Satisfaction In Dapur Mama IA Kota Bengkulu, the better the Quality of Service provided and the Quality of Products offered will increase Customer Satisfaction.

**Keywords:** Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction

### **PENDAHULUAN**

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan suatu usaha kuliner. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa citarasa yang dikonsumsi yang dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini dapat memposisikan produk usaha kuliner dimata pelanggan. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelanggan, serta pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal, serta tetap menjaga mutu produk yang dipasarkan.

Kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu (Loverlock dan Wright, 2007). Tjiptono dan Chandra (2012) menyatakan dalam praktik persoalan pelik yang sering dijumpai adalah menerjemahkan konsep kepuasan pelanggan kedalam strategi bisnis yang siap diimplementasikan. Kotler dan Armstrong (2008) kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tergantung pada kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembelian. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi pelanggan kecewa. Definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. (Tumangkeng, 2013)

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan bagi usaha sangatlah penting untuk memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas

pelayanan menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan bagi pelanggan. Tjiptono (2007) menguraikan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Selain itu, Hermawan (2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik. (Ibrahim & Thawil, 2019)

Selain kualitas pelayanan di Dapur Mama IA juga menerepakan kualitas produk yang merupakan salah satu faktor yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Produk yang dapat diterima konsumen adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tingkat kecacatan produk seminimal mungkin. Perusahaan yang sama sekali tidak memperhatikan kualitas dari produknya sama saja dengan bunuh diri atau tidak peduli dengan masa depan dari usaha tersebut, karena kualitas dari suatu produk akan berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan. Perusahaan harus selalu memperhatikan atau melakukan pengendalian atau pengawasan proses produksi barang yang di produksi agar kualitas dari suatu produk tetap terjaga dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh usaha tersebut.

Salah satu perusahaan yang menerapkan kepuasan pelanggan adalah Usaha Dapur Mama IA yang merupakan salah satu tempat makan yang beralamat di Jalan Kapuas I Padang Harapan berdiri pada tanggal 17 Agustus 2018, pada tanggal 02 November 2021 Dapur Mama IA pindah ke lokasi di Jalan Pariwisata Pantai Panjang Kota Bengkulu tepatnya di Jalan Berkas Pantai Panjang Kota Bengkulu, dan pada tanggal 25 November 2022 sampai sekarang Dapur Mama IA masih berjualan di lokasi yang berbeda tepatnya di Jalan Bumi Ayu Kota Bengkulu. Salah satu jenis makanan yang menjadi daya tarik para konsumen akhir-akhir ini adalah makanan yang sedang viral yang bisa dinikmati oleh kalangan anak-anak sampai orang dewasa seperti pangsit goreng, pempek, model, tekwan, nasi goreng, mie goreng dan seblak, di Dapur Mama Ia ini juga menerima pesanan seperti snack box.

Selama ini Dapur Mama IA menyajikan cita rasa yang konsisten sehingga konsumen merasa puas terhadap penyajian menu yang ada di tempat tersebut. Disisi lain pelayanan yang di tawarkan kurang memuaskan dikarenakan ada beberapa faktor salah satunya keterbatasan karyawan dalam penyajian makanan sehingga konsumen harus menunggu lama. Ketidakpuasaan muncul karena pengharapan konsumen tidak sama dengan kinerja yang diterima konsumen dari rumah makan tersebut. Kemudian lapangan parkir yang kurang memadai membuat konsumen merasa tidak bisa mengajak banyak rekan-rekan untuk berkumpul bersama. Kemudian masalah tempat duduk yang ada di Dapur Mama IA ini kurang memadai karena keterbatasan ruangan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan beberapa orang pelanggan pada tanggal 3 Desember 2022 salah satunya oleh Bapak Yan yang merupakan salah satu pelanggan di Dapur Mama IA menyatakan sangat puas atas sajian dan cita rasa dari Dapur Mama IA. Selanjutnya wawancara dengan Bapak Dede, Ibu Dien serta Ibrahim mereka merupakan satu keluarga yang hampir setiap harinya belanja di Dapur Mama IA, Bapak Dede dan Ibu Dien menyatakan sangat cocok dengan lidah mereka. Namun menurut konsumen yang lain seperti Bapak Septa dan Ibu Jessy yang merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan itu kurang memuaskan sehingga mereka tidak puas terhadap kualitas pelayanan di Dapur Mama IA, seperti pelayanan kurang ramahnya pelayan yang melayani pelanggan dan juga hasil dari pelanggan yang bernama Putri, Adinda, dan Ira yang ditemui pada hari lain mereka kurang

puas terhadap cita rasa masakan dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu dan juga mereka beranggapan makanannya kurang higienis.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dapur Mama IA Kota Bengkulu”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Untuk menentukan jumlah responden dalam penelitian, maka perlu diketahui jumlah populasi sebagai berikut: Populasi menurut Sugiyono (2011) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Dapur Mama Ia Kota Bengkulu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel accidental. Teknik sampling incidental yang baik digunakan jika jumlah dan karakteristik populasi tidak diketahui sebelumnya. Menurut hail et al (2010) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi  $n \times 10$  observed variable (indikator) dan  $n \times 5$  observed varabel (indikator). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 16 yang digunakan untuk mengatur satu variable terikat dan 2 variabel bebas, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 16 \times 10 \\ &= 160 \end{aligned}$$

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015). Angket ini bersifat tertutup dan digunakan untuk mengukur variable.

Kemudian jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam pemberian skor maka digunakann skala likert (Sugiyono, 2013:34). Skala likert merupakan cara pengukuran yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Dalam prosedur skal likert yaitu menentukan skor atas setiap pertanyaan dal kuesioner yang disebarakan, jawaban responden terdiri dari lima kategori yang bervariasi yaitu:

Tabel 1.  
Skala Likert

Skala Likert	Nilai
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

### **Analisis Deskriptif**

Analisis dilakukan dengan melihat frekuensi dari pilihan opsi oleh responden yang disediakan pada setiap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Dalam penelitian ini, untuk pembobotan data, peneliti menggunakan skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2014), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala Likert.

### **Analisis Secara Inferensial**

Menurut Sugiyono (2018), statistik inferensial merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya digeneralisasikan (diinferensialkan) untuk populasi dimana sampel diambil. Dalam uji inferensial mencakup uji instrument, uji regresi dan uji signifikan. Pengujian ini peneliti menggunakan SPSS 21 *for windows*.

### **Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2013)

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Promosi Produk

$b_1, b_2$  = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variable

e = error

### **Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi variabel bebas pada model dapat diterangkan oleh variabel terikat (Sugiyono, 2015). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisar antar  $0 < R^2 < 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen.

Dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*Time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar pada pengguna koefisien determinasi adalah biasa terhadap variabel independen, maka  $R^2$  pasti akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak penelitian menganjurkan untuk menggunakan Adjusted  $R^2$  untuk mengevaluasi model regresi karena Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambah kedalam model (Sugiyono, 2013). Dengan demikian, pada penelitian ini menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  untuk mengevaluasi model regresi.

## Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antar variabel independen (Kualitas Produk dan Promosi Penjualan) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) baik secara parsial maupun simultan.

### Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi Variabel terikat. Formula hipotesis:

$H_0 : b_i > 0$ , artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang Signifikan terhadap variabel terikat,

$H_a : b_i > 0$ , artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan Sugiyono, (2013:195) adalah dengan Menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima Dan  $H_a$  ditolak.

Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumusan hipotesis yang diuji:

$H_0 : b_1 - b_2 = 0$ , berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , berarti secara bersama-sama ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel teikat.

Dasar pengambilan keputusannya Sugiyono, (2013:195) adalah dengan Menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

Apabila probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## HASIL

### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Pada variabel Kualitas Pelayanan penilaian dilakukan dengan sepuluh pernyataan. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan adalah nilai rata-rata jawaban responden sebesar 4,50. Hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan berada pada kriteria sangat baik. Diketahui rata-rata tertinggi mencapai 4,88 dengan pernyataan 3 yaitu kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan karena karyawan selalu mengecek pemesanan dari pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu sebelum diantar sehingga pelanggan senang dengan pelayanan di Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Namun, ada juga nilai rata-rata terendah 4,11 dengan pernyataan 9 yaitu karyawan yang menerima pelanggan dengan sapa, senyum dan ramah . Hal tersebut menunjukkan bahwa masih ada pelanggan yang merasa kurang dengan pelayanan karyawan Dapur Mama IA Kota Bengkulu karena pelanggan merasa tidak di sambut dengan ramah oleh karyawan.

### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )

Pada variabel Kualitas Produk penilaian dilakukan dengan enam belas pernyataan. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk adalah memiliki nilai rata-rata 4,33. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_2$ ) dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu ini berkualitas sehingga banyak pelanggan tertarik untuk berbelanja. Nilai rata-rata tertinggi 4,85 dengan pernyataan 1 yaitu karyawan melayani pelanggan dengan cepat yang sudah masuk dalam kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa produk yang dipesan pelanggan dengan cepat disajikan oleh karyawan Dapur Mama IA Kota Bengkulu sehingga konsumen pelanggan memiliki memberikan kesan yang sangat baik. Namun terdapat nilai rata-rata terendah 3,59 dengan pernyataan 16 yaitu cita rasa enak yang sudah termasuk dalam

kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun cita rasa dari menu Dapur Mama Ia Kota Bengkulu sudah enak, tetapi bagi beberapa pelanggan ada yang menyatakan kurang enak sehingga memiliki nilai yang hanya baik.

### Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Adapun tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan adalah memiliki rata-rata sebesar 4,18. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden pada variabel ini adalah pada kategori baik karena pelanggan masih kurang puas dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Nilai tertinggi 4,31 dengan pernyataan 1 yaitu makanan yang disajikan Dapur Mama IA sesuai atau melebihi yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan percaya dengan kualitas produk yang disajikan Dapur Mama IA Kota Bengkulu dan dan karyawannya juga melakukan pekerjaannya dengan sangat baik sehingga konsumen merasa puas terhadap Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Namun terdapat nilai rata-rata terendah 4,04 dengan pernyataan 6 yaitu bersedia menyarankan kepada teman atau kerabat untuk membeli makanan atau minuman di Dapur Mama IA karena fasilitas yang disediakan memadai. Hal itu menunjukkan bahwa pelanggan bersedia menyarankan kepada teman atau kerabatnya untuk membeli makanan atau minuman di Dapur Mama IA Kota Bengkulu, namun ada juga beberapa pelanggan yang enggan untuk menyarankan menu dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu karena merasa kurang puas dengan pelayanan dan produk dan fasilitas yang masih kurang dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistic dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program *SPSS For Windows* versi 16. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut pada tabel :

**Tabel 2.**

#### Persamaan Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.055	3.701		.285	.776		
	Kpelayanan	.366	.054	.475	6.765	.000	.980	1.021
	Kproduk	.109	.035	.216	3.080	.002	.980	1.021

a. Dependent Variable: Kpelanggan

Sumber : Output SPSS Versi 16

Dari perhitungan komputer yaitu perhitungan SPSS versi 16 for windows didapatkan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 1.055 + 0.366X_1 + 0.109X_2$$

1. Nilai konstanta atau nilai tetap 9.146 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sama dengan nol, maka variabel Kepuasan Pelanggan akan tetap 9.146.

2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.366 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan nilai variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.366 dengan asumsi jika variabel Kualitas Produk tetap atau = 0.
3. Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0.109 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kualitas Produk dapat meningkatkan nilai variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.109.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan uji koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 3.**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 <sup>a</sup>	.243	.233	2.80518

a. Predictors: (Constant), KProduk, Kpelayanan

b. Dependent Variable: Kpelanggan

Sumber : Output SPSS Versi 16

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 16 diketahui nilai hasil analisis adjusted R square sebesar  $0.233 = 23,9\%$  sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan seluruh variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) dalam memberikan kontribusi pengaruh variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 23,9% dan sisahnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang diduga sebelumnya, dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan baik secara parsial maupun secara simultan yang meliputi uji t dan uji f.

### Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut :

**Tabel 4.**  
**Uji Parsial (t-test)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.055	3.701		.285	.776		
	KPelayanan	.366	.054	.475	6.765	.000	.980	1.021
	KProduk	.109	.035	.216	3.080	.002	.980	1.021

a. Dependent Variable: Kpelanggan

Sumber : Output SPSS versi 16

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, maka mendapatkan hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Untuk mengetahui nilai  $t_{tabel}$  menggunakan rumus  $(n-k-1) = 160-2-1=157$ , maka diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.654. Untuk setiap variabel sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji  $t_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Pelayanan yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.765 > 1.654$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.00 < 0.05$ ), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan hasil uji  $t_{hitung}$  untuk variabel Kualitas Produk  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.080 > 1.654$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.02 < 0.05$ ), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan.

### Uji Simultan (Uji f)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji f sebagai berikut :

**Tabel 5.**  
**Uji Simultan (f-test)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.160	2	198.080	25.172	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1235.434	157	7.869		
	Total	1631.594	159			

a. Predictors: (Constant), KProduk, Kpelayanan

b. Dependent Variable: Kpelanggan

Sumber : Output SPSS Versi 16

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji f di atas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 37.304 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar  $(n-k) = 160-2 = 158$  maka nilai  $F_{tabel}$  3.05. Dengan demikian dapat diperoleh perbandingan antara  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu ( $37.304 > 3.05$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0.00 < 0.05$ ), dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima artinya terdapat variabel dominan yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 160 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dapur Mama IA Kota Bengkulu.

Karakteristik pertama pada penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 77 orang responden atau 48% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 83 orang responden atau 52%. Karakteristik kedua pada penelitian ini dikategorikan berdasarkan usia, karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui responden yang berusia responden dengan usia (41-50 tahun) dengan jumlah 61 orang atau 38%, kemudian (31-40 tahun) dengan jumlah 59 orang atau 37%, kemudian responden dengan usia (21-30 tahun) dengan jumlah 40 orang atau 25%. Karakteristik ketiga pada penelitian ini dikategorikan berdasarkan pendidikan terakhirnya, responden yang berpendidikan Sarjana yang berjumlah 97 orang atau 53%, lalu dengan pendidikan Diploma yang berjumlah 41 orang atau 26%, lalu dengan tingkat pendidikan SMA ada 22 orang atau 14%.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 160 orang



responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dapur Mama IA Kota Bengkulu.

Dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), rata-rata keseluruhan penilaian responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan adalah 4,50 dengan katagori sangat baik karena terletak pada interval 4.20-5.00. Hal ini menunjukkan bahwa Pelayanan dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu sudah sangat baik dalam melayani pelanggan, rata-rata keseluruhan dari variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai 4,33 yang berarti sudah masuk dalam kategori sangat baik sesuai dengan kelas interval yang terletak antara 4,19-5,00 hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_2$ ) dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu ini berkualitas sehingga banyak pelanggan tertarik untuk berbelanja, rata-rata keseluruhan dari variabel Kepuasan Pelayanan ( $Y$ ) sebesar 4,18 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden pada variabel ini adalah pada kategori baik sesuai dengan kelas interval yang terletak antara 3,40-4,19 karena pelanggan masih kurang puas dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk dari Dapur Mama IA Kota Bengkulu.

Selain untuk melihat hasil tanggapan responden terhadap masing-masing item pernyataan yang ada pada variabel penelitian, pembahasan juga dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang ada pada rumusan masalah atau untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun secara simultan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Hal itu berarti Hal tersebut berarti bahwa Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap Dapur Mama IA Kota Bengkulu karena kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting bagi kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* merupakan faktor terpenting bagi konsumen diikuti oleh *reliability*, *empaty*, *tangible* dan *assurance*. Dapur Mama IA Kota Bengkulu harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta apabila manajemen Dapur Mama IA Kota Bengkulu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Lupioyadi (2013:144) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”. Adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ini juga telah diteliti dalam penelitian Abdul Basith (2014). Inka Janita Sembiring (2014) dan Riswandhi Ismail (2014) bahwa terdapat pengaruh yang positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut membuat pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan.

### **Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif antara variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Hal itu berarti bahwa produk Dapur Mama IA Kota Bengkulu memiliki kualitas yang higienis dan cita rasa yang enak. Produk merupakan sesuatu yang pertama kali dilihat pelanggan, pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terhadap produk tersebut terpenuhi.

Tjiptono dan Chandra (2012:152) berpendapat dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Secara sederhana kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat.

Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan ini juga telah ditemukan dalam penelitian Abdul Basith (2014) dan Inka Janita Sembiring (2014) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, jika tingkat kualitas produk yang dihasilkan semakin tinggi, maka akan berdampak kepada peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Puspitasari & Ferdinand (2018); telah membuktikan bahwa keterkaitan kualitas produk dapat memberikan hubungan yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen. (Ibrahim & Thawil, 2019).

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Hal itu berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk Mama IA Kota Bengkulu sudah baik dimata pelanggan karena menciptakan pelayanan yang memuaskan dan produknya yang higienis serta memiliki cita rasa yang enak.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting bagi kepuasan pelanggan. Lupioyadi (2013:144) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Begitu juga dengan Kualitas Produk yang tidak lepas mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Produk merupakan sesuatu yang pertama kali dilihat pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terhadap produk tersebut terpenuhi. Tjiptono dan Chandra (2012:152) berpendapat dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur), (Novia et al., 2020).

Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan ini juga telah ditemukan dalam penelitian Abdul Basith (2014) dan Inka Janita Sembiring (2014) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Sesuai juga dengan penelitian sejalan dari hasil penelitian Abdul Basith (2014). Inka Janita Sembiring (2014) dan Riswandhi Ismail (2014) bahwa terdapat pengaruh yang positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut membuat pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan. Puspitasari & Ferdinand (2018); Maramis, et al (2018); Ammerinda (2017) telah membuktikan bahwa keterkaitan kualitas produk dapat memberikan hubungan yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen. (Ibrahim & Thawil, 2019).

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dapur Mama IA Kota Bengkulu, maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu, semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan akan semakin

- baik pula bagi perkembangan Dapur Mama IA Kota Bengkulu. Dengan adanya Kualitas Pelayanan yang baik maka akan menciptakan Kepuasan Pelanggan dengan sendirinya.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu, semakin baik Kualitas Produk yang ditawarkan oleh Dapur Mama IA Kota Bengkulu akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dapur Mama IA Kota Bengkulu.
  3. Secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dapur Mama IA Kota Bengkulu, semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan dan Kualitas Produk yang ditawarkan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Tjiptono. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. 2011:23.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(5), 17.
- Darmawan, F. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. *Prosiding SEMNASLIT*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/11027>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *JIMEA Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 112–122.
- Kesuma, E., Amri, & Shabri. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh. *Manajemen*, 4(4), 176–192.
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). The influence of product quality and service quality on customer satisfaction (Survey on customers of KFC Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1–12.
- Lisdayanti, (2018) .Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen taxi Online (Grab Car) Di Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
- Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 678–689.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>

- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Edisi Pertama. Cetakan Pertama.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta
- Sari, D. N., & Nurnida, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pdam Kota Cirebon Impact of Service Quality on Customer Satisfaction At Pdam Cirebon. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 923–931.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (1994). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Andi Offset. Yogyakarta. \_\_\_\_\_ dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Dua. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa* : Andy Offset : Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Triana, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pelanggan ( Studi Kasus Pada Pelanggan D ' Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan )*. 26(01), 105–122.
- Tumangkeng, G. A. (2013). Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kpr Bank Btn Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 78–85.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*, 3(1).