



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Makanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tempat Makan Sego Pedas Basman Cabang Telagasari

Fitria Sopiatalutfi^{1*}, Aji Tuhagana², Zenita Apriani³

¹⁻³Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

Email: mn21.fitrialutfi@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, aji.tuhagana@ubpkarawang.ac.id², zenitaapriani@ubpkarawang.ac.id³

Korespondensi penulis: mn21.fitrialutfi@mhs.ubpkarawang.ac.id*

Abstract. *This paper aims to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at the Segopedas Basman Telagasari branch. The study used a quantitative approach with a survey technique, where data was collected by distributing questionnaires to 96 respondents who were consumers of Segopedas Basman. The results of the study indicate that the quality of food products has a significant partial effect on consumer satisfaction, especially in terms of taste, texture, cleanliness, and presentation. In addition, friendly, fast, and attentive service quality also contributes to forming a positive consumer experience. Simultaneously, both variables, service quality and product quality, have a significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination of 71.2%. This shows that both factors provide a dominant contribution to consumer satisfaction, while the remaining 24.8% is influenced by other factors outside this study. These findings are expected to be a reference for better service and product development strategies.*

Keywords: *Consumer Satisfaction, Culinary Industry, Product Quality, Service Quality*

Abstrak. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk makanan terhadap kepuasan pelanggan di cabang Segopedas Basman Telagasari. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang merupakan konsumen Segopedas Basman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk makanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, khususnya dalam aspek rasa, tekstur, kebersihan, dan penyajian. Selain itu, kualitas layanan yang ramah, cepat, dan penuh perhatian juga berkontribusi dalam membentuk pengalaman positif konsumen. Secara simultan, kedua variabel tersebut kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 71,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memberikan kontribusi dominan terhadap kepuasan konsumen, sementara sisanya sebesar 24,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk pengembangan strategi pelayanan dan produk yang lebih baik.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Industri Kuliner.

1. PENDAHULUAN

Bisnis kuliner kini menjadi salah satu industri yang mengalami pertumbuhan pesat dan persaingan yang ketat. Persaingan di sektor ini tidak hanya bergantung pada keberagaman jenis makanan yang tersedia, tetapi juga pada mutu layanan dan kualitas produk itu sendiri. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Kuliner Indonesia (APKULINDO), tercatat bahwa tingkat kunjungan konsumen di sektor kuliner mengalami peningkatan sekitar 15% per tahun di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Karawang, yang menjadi salah satu pusat pertumbuhan bisnis kuliner di Jawa Barat. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif ini, kualitas produk makanan dan kecepatan pelayanan menjadi dua faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali berkunjung ke suatu tempat makan.

Di Sego Pedas Basman cabang Telagasari, fenomena ketatnya persaingan ini terjadi. Meskipun tempat makan ini cukup populer, masih ditemukan beberapa keluhan konsumen terkait lamanya waktu pelayanan dan kualitas makanan yang tidak konsisten. Berdasarkan survei internal pada awal tahun 2023, sekitar 30% dari pelanggan melaporkan ketidakpuasan terkait lamanya waktu tunggu pesanan, khususnya saat jam makan siang dan akhir pekan. Selain itu, terdapat keluhan mengenai rasa dan tingkat kepedasan makanan yang dianggap kurang konsisten, sebagaimana dikutip dari ulasan pelanggan di platform Google Review dan media sosial Instagram pada bulan Mei 2023. Hal ini memperlihatkan adanya masalah yang perlu diperhatikan, terutama karena kualitas produk makanan dan waktu pelayanan ialah aspek yang krusial dalam mempertahankan kepuasan konsumen.

Pelayanan yang baik dan kualitas produk yang menyenangkan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif dapat meningkatkan pengalaman konsumen serta membangun hubungan yang baik antara konsumen dan Perusahaan. Oleh karena itu sego pedas basman harus memperhatikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar dapat membangun hubungan yang baik kepada konsumen dan dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan memperkuat citra merek. Kualitas makanan, sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono (2020), adalah salah satu determinan utama dalam menciptakan kepuasan karena langsung berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap nilai yang mereka terima. Sedangkan, pelayanan yang cepat menurut Parasuraman et al. (2021) merupakan bagian penting dari kualitas layanan yang dapat meningkatkan pengalaman positif konsumen dan membuat konsumen merasa dihargai.

Kepuasan konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh karakteristik seperti kualitas makanan dan waktu layanan, yang dianggap sebagai variabel independen dalam penulisan ini. Kotler dan Keller (2019) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respons emosional berupa kesenangan atau kekecewaan yang muncul ketika konsumen mengevaluasi kinerja aktual suatu produk atau layanan pada harapan konsumen.

Penulisan ini akan menganalisis dampak durasi layanan dan kualitas produk makanan pada kepuasan pelanggan di cabang Sego Pedas Basman Telagasari, yang diinformasikan oleh fenomena tersebut di atas, data empiris, teori, peraturan, dan kesenjangan penulisan. Studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang relevan bagi para pemangku kepentingan bisnis untuk meningkatkan layanan dan kualitas produk agar selaras dengan harapan pelanggan meskipun persaingan dalam industri kuliner semakin meningkat.

Salah satu kendala yang di hadapi tempat makan sego pedas basman adalah Banyak pelanggan yang mengeluh di saat hari weekend seperti pada hari Sabtu dan Minggu dikarenakan keterbatasan karyawan dan sarana pemesanan maupun pelayanan yang ada pada tempat makan sego pedas basman saat ini. Pada proses pemesanan, pelanggan harus datang ketempat secara langsung kemudian pelayan tempat makan memberikan buku menu dan catatan khusus untuk memilih jenis makanan/minuman yang ada di tempat makan tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia

MSDM sangat penting bagi perusahaan bisnis maupun nirlaba dalam mengelola, mengoordinasikan, dan mempekerjakan personel secara efektif agar dapat beroperasi dengan sukses dalam mencapai tujuan. Nurdin Batjo dkk. (2018) mendefinisikan MSDM sebagai ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengevaluasi sumber daya melalui proses pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja, yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi, aspirasi karyawan, dan persyaratan masyarakat. (Batjo & Shalch, 2018).

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan berkaitan dengan waktu yang dibutuhkan untuk memberikan layanan kepada pelanggan, mulai dari awal keterlibatan hingga penyelesaian layanan. Servqual ialah istilah yang dikenal luas dalam kualitas layanan. Tony Wijaya (2019: 72) menegaskan bahwa SERVQUAL ialah skala ringkas yang dicirikan oleh tingkat validitas yang signifikan, cocok untuk dipakai oleh manajemen perusahaan.

Kualitas Produk

Kualitas bahan pangan mencakup atribut atau fitur yang memengaruhi daya tarik dan kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2019) mendefinisikan kualitas produk sebagai keseluruhan atribut dan kualitas suatu produk yang memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. Dalam bidang pangan, kualitas produk mencakup beberapa aspek, termasuk rasa, tekstur, aroma, penyajian, dan nilai gizi. Selain itu, kualitas pangan mencakup keamanan dan kesegaran bahan baku yang dipakai dalam penyiapan makanan. Dimensi kualitas produk sebagaimana dijelaskan oleh West, Wood, Harger, Gaman, Sherrington, dan Jones dalam Margaretha dan Edwin (2012),

Kepuasan Konsumen

Fandy Tjiptono (2019) menegaskan bahwa kebahagiaan pelanggan ialah komponen mendasar dari teori dan praktik pemasaran kontemporer. Kemenangan dalam persaingan dapat dicapai jika perusahaan berhasil membina dan mempertahankan pelanggan. Priansa (2020) berpendapat bahwa kepuasan konsumen terwujud sebagai cerminan perilaku konsumen atau atribut barang/jasa yang dipakai, yang berpuncak pada perasaan puas atau tidak puas.

Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis

Dalam penulisan ini, penulis mengajukan hipotesis untuk menguji pengaruh faktor-faktor independen, seperti waktu pelayanan dan kualitas produk makanan, pada variabel dependen kepuasan konsumen di restoran Sego Pedas Basman cabang Telagasari, Kabupaten Karawang. Model konseptual yang disajikan dalam penulisan ini ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Budiani (2019) memberika pelayanan yang baik bukan merupakan hal yang mudah, sehingga dibutuhkan perencanaan yang matang pada kualitas pelayanan yang mereka tawarkan agar terciptanya kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, konsumen akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko Wijayanto (2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di pasar pemalang.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

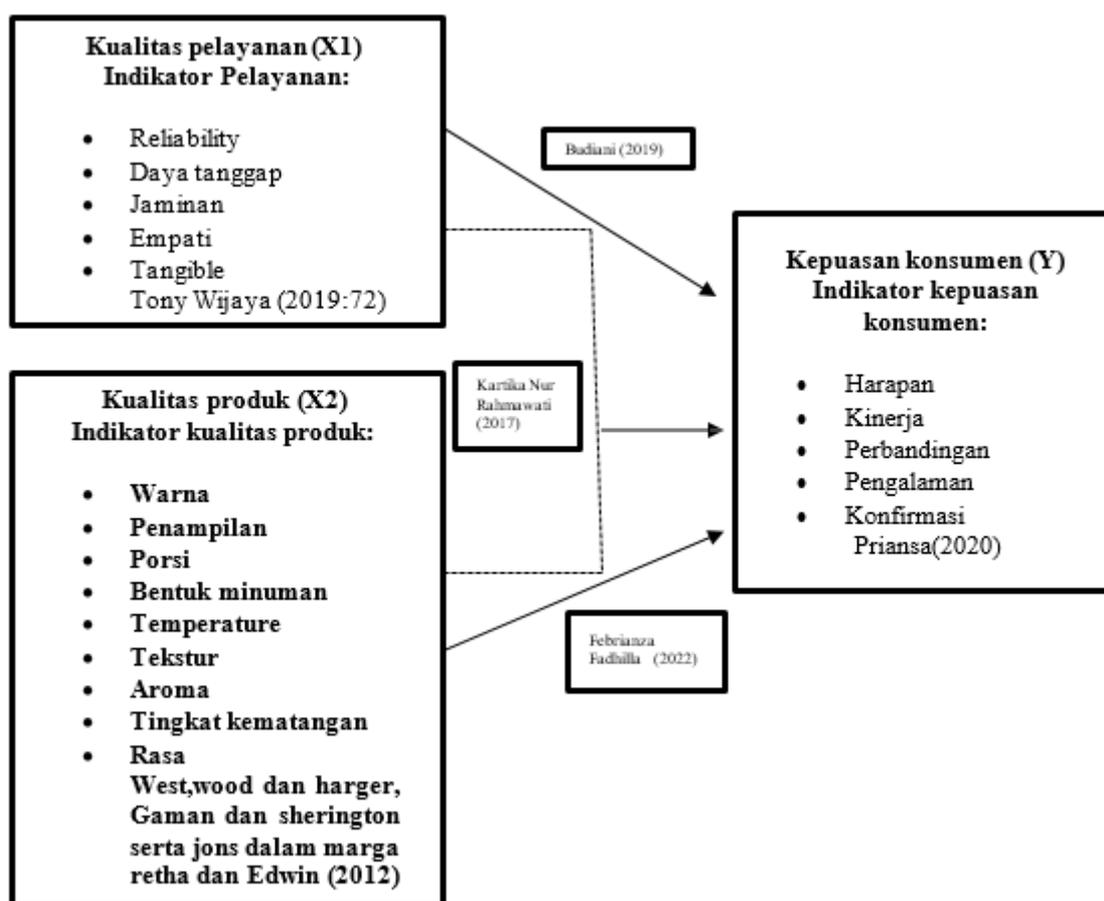
Menurut Febrianza Fadhilla (2022) kualitas produk yang berarti kapasitas dari suatu produk untuk melaksanakan tujuan yang dimaksudkan, yang mencakup keandalan, ketahanan umum, kemudahan penggunaan, keakuratan dan pemeliharaan, serta fitur lainnya. Produk yang mempunyai manfaat sesuai dengan keinginan konsumen merupakan produk yang berkualitas tinggi. Sehingga seorang konsumen yang memerlukan suatu produk akan mendeskripsikan sebuah manfaat dari produk yang akan diperoleh.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keharusan bagi perusahaan demi kelangsungan usaha. Menurut Yulistria (2023), memberikan kualitas terbaik termasuk cara untuk memastikan kepuasan konsumen, karena kualitas tinggi berdampak langsung pada tingkat kepuasan konsumen. Ketika konsumen menerima produk yang memperlihatkan kualitasnya,

konsumen akan senang dengan kualitasnya. Salah satu elemen yang mempengaruhi puasny seorang pelanggan ialah kualitas produk (Maria & Anshori, 2013).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Kartika Nur Rahmawati (2017) dengan judul pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan Klaten. Dengan hasil menunjukkan kualitas produk di kedai bangsawan klaten dalam kategori baik, kualitas pelayanan di kedai bangsawan klaten dalam kategori baik, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan klaten, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan klaten. kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan klaten.



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dirumuskan, maka hipotesis dalam penulisan ini dapat disampaikan sebagai berikut. Pertama, terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Kedua, terdapat pengaruh kualitas produk makanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Ketiga, terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Ketiga hipotesis ini menjadi dasar dalam pengujian hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian.

3. METODE

Penulisan ini menggunakan metodologi kuantitatif melalui teknik survei. Desain penulisan deskriptif kuantitatif dipakai untuk menguji dampak kualitas layanan dan kualitas produk makanan pada kepuasan pelanggan di Sego Pedas Basman cabang Telagasari. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada partisipan dan dievaluasi menggunakan metode statistik. Penulisan ini menggunakan desain penulisan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metodologi survei. Penulisan ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kualitas layanan dan kualitas produk makanan pada kepuasan pelanggan di restoran Sego Pedas Basman cabang Telagasari. Penulisan ini akan mengumpulkan data terkait persepsi pelanggan pada kualitas layanan dan produk, yang kemudian akan diperiksa untuk memastikan hubungan antara kedua faktor ini dan tingkat kepuasan konsumen.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2019:126) mendefinisikan populasi sebagai suatu wilayah umum yang mencakup hal-hal atau orang-orang yang memiliki ciri-ciri dan atribut tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk diteliti, yang kemudian ditarik kesimpulan. Partisipan dalam penulisan ini ialah pelanggan yang pernah berkunjung atau membeli makanan dari restoran Sego Pedas Basman cabang Telagasari. Pelanggan tersebut meliputi berbagai demografi, termasuk usia, jenis kelamin, dan tingkat ekonomi. Demografi yang dimaksud ialah pelanggan yang pernah berkunjung ke restoran Sego Pedas Basman selama satu bulan terakhir.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penulisan kuantitatif, sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2019; 127). Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan Teknik Pengambilan Sampel Non-Probabilitas sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019: 131). Pengambilan sampel non-probabilistik ialah prosedur yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2019: 203) menyatakan bahwa observasi ialah suatu kegiatan yang memiliki banyak sisi, yang meliputi berbagai komponen biologis dan psikologis. Dua mekanisme yang signifikan ialah observasi dan memori. Penulisan ini

memungkinkan peneliti untuk mengetahui gambaran umum dan permasalahan yang ada di restoran Sego Pedas Basman cabang Telagasari.

2. Wawancara

Sugiyono (2019: 195) menyatakan bahwa wawancara ialah pendekatan pengumpulan data untuk penulisan awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diselidiki, serta untuk memperoleh informasi yang mendalam dari sejumlah informan yang terbatas. Peneliti dapat melakukan tanya jawab dengan para pemangku kepentingan yang terkait dengan restoran Sego Pedas Basman cabang Telagasari.

Teknik Analisis Data

1. Uji statistik deskriptif

Penulisan ini menyajikan dan menyajikan data yang terkumpul dalam bentuk aslinya, tanpa mengambil kesimpulan berdasarkan generalisasi. Penulisan ini berfokus pada tiga faktor: Kinerja (y), variabel dependen, dengan variabel independen, kualitas layanan (x1) dan kualitas produk (x2).

$$R = \frac{n(m-1)}{m}$$

m

keterangan:

RS: Rentang Skala n : Jumlah sampel m : Skor penilaian

Skala terendah: $n \times 1 = 96 \times 1 = 96$

Skala tertinggi: $n \times 5 = 96 \times 5 = 480$

$$RS = \frac{480 - 96}{5 - 1} = 76,8$$

5

Tabel 1

Rentang Skala

Skor	Rentang Skala	Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan konsumen
1	96 – 172,8	Sangat tidak puas	Sangat tidak puas	Sangat tidak puas
2	172,8 – 249,6	Tidak puas	Tidak puas	Tidak puas
3	249,6 – 326,4	Cukup puas	Cukup puas	Cukup puas
4	326,4 – 403,2	Puas	Puas	Puas
5	403,2 - 480	Sangat Puas	Sangat Puas	Sangat Puas

Sumber: hasil dari data (2025)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel		r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan X1	X1.1	0,798	0,234	Valid
	X1.2	0,829	0,234	Valid
	X1.3	0,834	0,234	Valid
	X1.4	0,824	0,234	Valid
	X1.5	0,828	0,234	Valid
	X1.6	0,867	0,234	Valid
	X1.7	0,843	0,234	Valid
	X1.8	0,851	0,234	Valid
	X1.9	0,849	0,234	Valid
	X1.10	0,846	0,234	Valid
	X1.11	0,843	0,234	Valid
	X1.12	0,796	0,234	Valid

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 2, variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan kriteria valid untuk semua butir pertanyaan dengan nilai r-hitung > r-tabel yaitu 0,234.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel		r hitung	r tabel	keterangan
Kualitas Produk X2	X2.1	0,865	0,234	Valid
	X2.2	0,757	0,234	Valid
	X2.3	0,823	0,234	Valid
	X2.4	0,834	0,234	Valid
	X2.5	0,875	0,234	Valid
	X2.6	0,873	0,234	Valid
	X2.7	0,829	0,234	Valid
	X2.8	0,856	0,234	Valid
	X2.9	0,844	0,234	Valid
	X2.10	0,878	0,234	Valid
	X2.11	0,849	0,234	Valid
	X2.12	0,900	0,234	Valid

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 2, variabel kualitas produk (X2) menunjukkan kriteria valid semua butir pertanyaan dengan nilai r-hitung > r-tabel yaitu 0,234.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel		r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan konsumen Y	Y.1	0,881	0,234	Valid
	Y.2	0,860	0,234	Valid
	Y.3	0,868	0,234	Valid
	Y.4	0,873	0,234	Valid
	Y.5	0,890	0,234	Valid
	Y.6	0,817	0,234	Valid
	Y.7	0,830	0,234	Valid
	Y.8	0,904	0,234	Valid
	Y.9	0,883	0,234	Valid
	Y.10	0,861	0,234	Valid
	Y.11	0,788	0,234	Valid

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 3, variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan kriteria valid untuk semua butir pertanyaan dengan r -hitung $>$ r -tabel yaitu 0,234.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Kriteria	Hasil
X1	0,960	0,6	Reliabel
X2	0,965		Reliabel
Y	0,965		Reliabel

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada setiap variabel penelitian ini, menunjukkan *Cronbach Alpha* melebihi 0,6. Ini menunjukkan seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini sudah memenuhi standar reliabilitas dan dapat digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 6. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.04048043
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.113
	Negative	-.130
Test Statistic		.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.171
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.064
	Upper Bound	.077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan hasil menunjukkan nilai Asymp.Sig (2-tailed), 0,171 $>$ 0,05 yang dapat diartikan bahwa data yang digunakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.631	1.399		.451	.653		
	Pelayanan	.074	.058	.252	1.278	.205	.272	3.675
	Kualitas Produk	-.047	.054	-.173	-.877	.383	.272	3.675

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Sumber: Hasil peneliti,2025

Berdasarkan tabel 7, nilai VIF variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) $3,675 < 10$, dan nilai $0,272 > 0,1$ dapat disimpulkan data bebas dari permasalahan multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 8. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.631	1.399		.451	.653
	Pelayanan	.074	.058	.252	1.278	.205
	Kualitas Produk	-.047	.054	-.173	-.877	.383

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 8. Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X1) 0,205 dan variabel kualitas produk (X2) 0,383 yang keduanya kurang dari 0,05.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.706	4.381

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pelayanan Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 9, Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mencapai 0,712 atau 71,2% oleh karena itu, 24,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen (Uji t)

Tabel 10. Pengujian Hipotesis Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.631	1.399		.451	.653
	Pelayanan	.074	.058	.252	1.278	.205
	Kualitas Produk	-.047	.054	-.173	-.877	.383

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Sumber: Hasil peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 10, Nilai variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) memperoleh nilai signifikan $0,205 < 0,05$ dan t-hitung $1,278 < t\text{-tabel } 1,986$ artinya H_0 ditolak H_1 diterima. Dapat disimpulkan pengaruh parsial kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh Parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen (Uji t)

Tabel 11. Pengujian hipotesis Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B					
1	(Constant)	.631	1.399		.451	.653
	Pelayanan	.074	.058	.252	1.278	.205
	Kualitas Produk	-.047	.054	-.173	-.877	.383

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Sumber: Hasil peneliti,2025

Berdasarkan tabel 11, nilai variabel kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikansi $0,383 < 0,05$ dengan t hitung $0,877 < t$ tabel $1,986$ maka H_a diterima. Dapat disimpulkan pengaruh parsial Kualitas produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen (Uji f)

Tabel 12. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5219.270	2	2609.635	4.368	.000 ^b
	Residual	7377.096	183	40.312		
	Total	12596.366	185			

a) Dependent Variable: KUALITAS PELAYANAN

b) Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK , KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Hasil peneliti,2025

Berdasarkan tabel 12, Nilai variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas produk (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y) memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan F-hitung $4,368 > 3,09$ artinya H_0 ditolak H_3 diterima. Dapat disimpulkan terdapat Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen pada tempat makan sego pedas basman cabang telagasari.

Pembahasan Deskriptif

1. Kualitas pelayanan (X1) memiliki total 4.311 dan rata-rata 359,25 dalam rentang skala 326,4-403,2 termasuk dalam kategori "Puas".
2. Kualitas produk (X2) memiliki total 4.310 dan rata-rata 359,167 dalam rentang skala 326,4-403,2 termasuk dalam kategori "Puas".

3. Kepuasan konsumen (Y) memiliki total 3.922 dan rata-rata 356,54 dalam rentang skala 326,4-403,2 termasuk dalam kategori “Puas”.

Pembahasan Verifikatif

Pengaruh Parsial Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen tempat makan sego pedas basman

Hasil analisis data Kualitas pelayanan (X1) diperoleh hasil nilai signifikan $0,205 < 0,05$ dan t-hitung $1,278 (<)$ t tabel $1,986$. Dapat disimpulkan Kualitas pelayanan (X1) terdapat pengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh Parsial Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tempat makan sego pedas basman

Hasil analisis data Kualitas produk (X2) diperoleh hasil nilai signifikansi $0,383 < 0,05$ dengan t hitung $0,877 > t$ -tabel $1,986$. Dapat disimpulkan Kualitas produk (X2) terdapat pengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh simultan Kualitas pelayanan dan Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen

Hasil analisis data Kepuasan konsumen (Y) diperoleh hasil nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan F-hitung $4,368 > F$ -tabel $3,09$. Dapat disimpulkan Kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan konsumen (Y).

5. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan dengan rata-rata 359,25 dalam rentang skala 326,4- 403,2 termasuk dalam kategori “Puas”. Kualitas Produk dengan rata-rata 359,167 dalam rentang skala 326,4-403,2 termasuk dalam kategori “Puas”. Kepuasan konsumen dengan rata-rata 356,54 dalam rentang skala 326,4- 403,2 termasuk dalam kategori “Puas”. Pengaruh Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen $0,205 (>)$ dari $0,05$ dengan t hitung sebesar $1,278 (>)$ dari t tabel sebesar $1,986$. Pengaruh Kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen $0,383 (>)$ dari $0,05$ dengan t hitung sebesar $1,278 (<)$ dari t tabel sebesar $1,986$. Hasil penelitian terdapat variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dinyatakan simultan berpengaruh signifikan $0,000 < 0,05$ dan memperoleh nilai F-hitung $4,368 > 3,09$

Implikasi

Lebih ditingkatkan lagi keamanan yang diberikan oleh sego pedas basman kepada pelanggannya memberikan keamanan kepada karyawan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaiknya tampilan makanan dan minuman yang disajikan kepada konsumen dari segi warna lebih diperhatikan lagi. Menyajikan makanan dan minuman lebih baik dari sebelumnya akan meningkatkan kepuasan konsumen. Perlu pelatihan khusus dalam keahlian dan kemampuan melayani kebutuhan konsumen agar lebih baik kedepannya, karna keahlian dan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan kunci untuk kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Ahmad Zikri, & Harahap, M. I. (2022). Analisis kualitas pelayanan pengiriman barang pada kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen operasi: Manajemen keberlangsungan dan rantai pasokan* (Edisi ke-11). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2017). *Principles of marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Nathaza, G. W., & Santoso, S. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, promosi, dan harga normal pada kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 112–124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2021). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.
- Ramadhan, M. A., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 5(2), 98–107.
- Sugiyono. (2019). *Metode penulisan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno Hadi. (1986). *Metodologi penulisan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yunita, M. (2021). Pengaruh pelayanan dan kualitas produk pada kepuasan konsumen Kopicie Jalan Gatot Subroto Kota Medan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), 67–79.