

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Made Herce¹, Mukran Roni²

^{1,2} Program Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bina Darma, Indonesia
Email : 181510070@student.binadarma.ac.id¹, mukranroni@binadarma.ac.id²

Abstrak

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan angkringan resto ndeso didesa pemetung basuki. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang pengaruh produk dan pelayanan pada konsumen. Lokasi penelitian ini bertempat di Desa P. Basuki, Kec. BP.Peliung, Kab.Oku Timur Sumsel. Populasi yang telah digunakan oleh peneliti yaitu sebagian pengunjung yang sedang berada di resto yang memiliki jumlah 875 pengunjung. Jumlah sampel yang telah di dapat dan di perhitungkan memiliki jumlah 90 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t dan f. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.*

Abstract

The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at the angkringan restaurant in the village of Pemetung Basuki. It aims to find out what influence products and services on consumers. The location of this research is located in P. Basuki Village, Kec. BP. Peliung, East Oku Regency, South Sumatra. The population that has been used by researchers is some visitors who are in the restaurant which has a total of 875 visitors. The number of samples that have been obtained and calculated has a total of 90 respondents. The data collection technique in this study was a questionnaire. The hypothesis test used in this study is the t and f test. The results of this study indicate that the condition of product quality and service quality affect consumer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Service Quality To Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Dengan banyaknya usaha rumah makan di Indonesia dengan berbagai keanekaragaman ataupun variasi-variasi pada produk. Selain itu kebutuhan yang selalu mendorong keinginan masyarakat pada makan, yaitu dengan berbagai bentuk dalam penampilan fisik (bentuk) makanan atau juga dengan rasa, aroma yang menjadikan selera makan dan bagaimana cara menyajikannya. Rumah makan yang ada di daerah Oku Timur, tepatnya di Desa Pemetung Basuki tidak hanya Angkringan Resto Ndeso saja tetapi ada juga Resto-Resto yang lainnya yang menjadi pesaing di daerah Oku Timur seperti; Angkringan Mas Nanang, Angkringan Café Coffe, Angkringan Mie Ayam Bakso, Dan Angkringan Sekawan. Resto tersebut juga memiliki ciri khas tersendiri dan pastinya juga memiliki berbagai masalah ataupun keluhan-keluhan yang diberikan oleh konsumen, Apalagi dengan adanya banyak sekali

pesaing yang ada di daerah Oku Timur tersebut. Maka setiap Resto tersebut pastinya akan meningkatkan kualitas-kualitas yang baik agar konsumen atau pelanggan tidak mengalami masalah ataupun keluhan saat berkunjung di Resto tersebut.

Tidak hanya itu saja tetapi juga memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik dan juga suasana yang nyaman dan karaoke yang telah di persiapkan oleh pemilik rumah makan tersebut, sehingga menjadikan dayak tarik Rumah Makan ini. Rumah Makan Angkringan Resto Ndeso ini, juga memiliki tempat yang menarik karena tempatnya yang terletak di dalam lingkungan desa tetapi juga suasana yang tidak kalah menariknya seperti resto-resto yang ada dikota bahkan hampir sama persis, dan juga selalu ramai setiap harinya serta banyaknya memiliki variasi-variasi menu makanan yang membuat para konsumen selalu ingin datang lagi dan lagi. Dan juga tempatnya yang sangat cocok untuk kalangan remaja yang suka nongkrong dan kumpul-kumpul dengan teman-temannya.

Maka, dari itu rumah Makan Angkringan Resto Ndeso ini memiliki berbagai masalah ataupun keluhan dalam menyesuaikan keinginan konsumen, dari kualitas produk seperti; bumbu-bumbu dalam makanan yang kurang, tampilan, rasa dan yang lainnya. Sedangkan kualitas pelayanan seperti; cara berpakaian yang kurang sopan, ucapan, respon, dan yang lainnya yang membuat sebagian konsumen merasa kurang puas terhadap rumah makan Angkringan Resto Ndeso ini, sehingga Resto tersebut diharuskan meningkatkan atau memperbaiki kualitas yang baik dalam produk (makanan dan minuman) dan pelayanan (jasa), Yang akan diberikan kepada konsumen atau pelanggan. Kualitas yang dimiliki pada produk dan pelayanan Baik dan buruknya akan memiliki pengaruh terhadap Restoran, Ketika konsumen atau pelanggan merasakan puas atau memuaskan yang telah diberikan. Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) menyatakan bahwa kualitas jasa atau pelayanan adalah sebagai kondisi yang sangat dinamis dan jugaberhubungan dengan produk, sumber daya manusia, proses, dan juga lingkungan yang dapat memenuhi harapan.

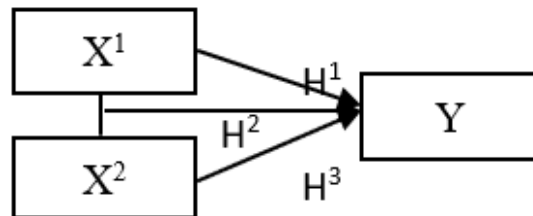
Menurut Yamit (2017) menyatakan bahwa Kualitas adalah salah satu kunci utama untuk menciptakan nilai-nilai dalam kepuasan pelanggan. Menurut Wijaya (2018) mengartikan: "kualitas adalah suatu tujuan yang berhubungan dengan harapan dan merupakan berbagai alasan-alasan yang menjadikan keinginan konsumen". kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah bagaimana keseluruhan gabungan karakteristik pemasaran, dalam rekayasa, memproduksi, maupun pemeliharaan yang digunakan sebagai memenuhi harapan konsumen.

Menurut Setyaningrum, dkk (2015) mengatakan bahwa "produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen ataupun pelanggan". Menurut Adinugraha, A.T. dan Michael, Stefanus. (2014). Telah menyatakan bahwa secara garis besar dimensi Kualitas makanan (food quality) memiliki 9 (Sembilan) hal yang sangat penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan sebagai berikut : Aroma, Bentuk. Tingkat kematangan, Penampilan, Temperatur, Warna, Rasa, Tekstur, Porsi.

Menurut Kasmir (2017) telah menyatakan bahwa suatu perilaku, tindakan ataupun perbuatan seseorang pada suatu organisasi ialah untuk memberikan kepuasan kepada sesama karyawan dan pastinya yang paling utama adalah kepuasan pada pembeli (konsumen), ataupun dengan pimpinan rumah makan atau perusahaan. Menurut Rusydi (2017) memiliki pendapat bahwa kualitas pelayanan ataupun jasa yaitu suatu tindakan ataupun kemampuan para karyawan dari pihak rumah makan dalam melayani konsumen sehingga akan mendapatkan respon atau tanggapan yang baik dan bermutu dibandingkan dengan pesaing-pesaing lainnya. Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat pelayanan yang diberikan mampu atau sesuai dengan ekspektasi dan harapan, atau sebagai tolak ukur kepuasan pada konsumen. Menurut Zeithaml et., al. (2018), menyatakan bahwa kepuasan pada konsumen itu berarti respon dan tanggapan konsumen

mengenai pemenuhan keinginan atau kebutuhan, kepuasan adalah mencerminkan penilaian mengenai ciri khas atau keistimewaan pada kualitas produk (makanan dan minuman) dan kualitas pelayanan (jasa) yang memberikan tingkat kesenangan konsumen.

Dalam Kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu berikut ini adalah kerangka berfikir penelitian, sebagai berikut :



Gambar 30. Kerangka pemikiran

Menurut Sugiyono (2017) telah menjelaskan bahwa pada hipotesis ini adalah jawaban- jawaban yang belum pasti dan hanya berdasarkan teori yang relevan dan tidak berdasarkan hasil fakta.

H1 : apakah kualitas produk(X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen(Y)

H2 : apakah kualitas produk(X1) dan kualitas pelayanan(X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen(Y)

H3 : apakah kualitas pelayanan(X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen(Y).

METODE

Lokasi dalam penelitian ini di Desa P. Basuki, Kec. BP.Peliung, Kab. Oku Timur Sumatra Selatan. Metode dalam penelitian memiliki beberapa teknik seperti primer dan sekunder. Dalam penelitian ini berupa wawancara dan tanggapan-tanggapan pengunjung yang diperoleh melalui kuesioner. Data yang telah di dapat dari hasil metode kuesioner yaitu salah satu respon ataupun tanggapan konsumen terhadap produk, pelayanan, dan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh sebagian pengunjung. Agar Peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan Angkringan Resto Ndeso dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan-pertanyaan ataupun pernyataan yang telah disediakan.

Populasi Menurut Sugiyono (2017) Populasi adalah sekumpulan orang atau sebagian masyarakat yang berkunjung di rumah Makan Angkringan Resto Ndeso yang akan diteliti. Sehingga sebagian masyarakat yang datang ataupun berkunjung di rumah makan Angkringan Resto Ndeso selama sebulan yaitu 875 orang yang berkunjung. Teknik yang digunakan dalam sampel yaitu dengan menggunakan rumus slovin agar dapat membantu peneliti lebih tepat dalam menentukan sampel dalam penelitian. Maka jumlah sampel yang di dapat dari populasi dan perhitungan yang menggunakan rumus berjumlah $n = 89,74 = 90$ orang pengunjung di rumah makan Angkringan Resto Ndeso.

Uji validitas dapat digunakan untuk mengetahui atau menjadi pengukur apakah sebuah pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner benar-benar valid atau tidak. Sebuah kuesioner dapat dianggap valid apabila dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Menurut sugiyono (2016), menyatakan bahwa uji validitas ini dilakukan untuk instrument yang berbentuk teks, isi, dan membandingkan antara isi instrument dengan materi-materi yang telah diajarkan. Uji reabilitas digunakan untuk di jadikan tolak ukur dalam suatu kejadian atau penelitian, sebuah pertanyaan-pertanyaan yang telah dimasukkan ke dalam kuesioner dan memiliki respon atau jawaban responden

yang diberikan reliable atau handal. Hal ini dilakukan untuk mengetahui stabilnya kuesioner. Untuk menginterpretasikan tingkat keandalan dari instrument. Uji asumsi klasik yang terdiri dari beberapa pengujian seperti :

1. Uji Normalitas = untuk menguji variabel-variabel tersebut bersifat distribusi normal atau tidak.
2. Uji Multikolinearitas = untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Agar dapat mendeteksi terjadi apa tidaknya dengan cara menggunakan analisis toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF) tolerance value > 0.10 nilai VIF < 10.0 , dan Uji Heteroskedastisitas = untuk menguji apakah terjadi ketidak samaan variance dari residual dalam pengamatan yang tepat).

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2), secara sendiri (persial) ataupun secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y). Uji determinasi digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau penentuan R². Nilai R-square (R²) ini dapat digunakan untuk mengetahui variabel (X) dapat menerangkan variabel (Y). Uji hipotesis (uji t) yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauhnya pengaruh dari satu variabel independen secara tersendiri atau individual dalam menerapkan variabel dependen. sedangkan pengujian (uji f) pada dasarnya menjelaskan jika variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan terhadap item-item pernyataan dari tanggapan responden. Sehingga agar dapat mengetahui sejauh mana tanggapan-tanggapan yang telah disusun oleh penelitian ini. Nilai dari R_{tabel} untuk populasi pada penelitian yaitu sebanyak 90 responden, cara untuk menentukan R_{tabel} yaitu $n=90-2= 88$ adalah 0,207. Jadi apabila R_{hitung} lebih besar dari 0,207 maka pernyataan tersebut dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Merupakan alat ukur suatu respon dan tanggapan responden dalam menjawab hal yang terkait dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang telah disusun dalam suatu kuesioner. Teknik yang digunakan untuk ini Cronbach's Alpha dengan bantuan Software SPSS versi 23. Secara umum instrument dikatakan reliable jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha $> 0,195$. Diperoleh nilai Cronbach's Alpha dengan variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,197, kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,207 dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,217 semua variabel telah menunjukkan bahwa lebih besar dari R_{tabel} . Oleh karena itu, seluruh pertanyaan masing-masing variabel dapat dinyatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Pengujian normalitas ini menggunakan teknik analisis Kolmogorov-simrnov dan untuk perhitungannya menggunakan program SPSS.23 Dibawah ini adalah hasil uji normalitas dengan dibantu aplikasi SPSS 2.3 yaitu :

Tabel 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,B}	Mean	31.64
	Std. Deviation	2.950
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.067
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-Tailed)		.056 ^c
A. Test Distribution Is Normal.		
B. Calculated From Data.		
C. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikan $0,056 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai VIF. Suatu variabel menunjukkan gejala Multikolinearitas bisa dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai Tolerance lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF (variance inflation factor) lebih kecil dari 10.0 Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolonieritas.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk (X1)	0.988	1.012
Kualitas Pelayanan (X2)	0.988	1.012

.a Dependent Variable: Y

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan semua variabel bebas mempunyai nilai tolerance $>0,10$ dan nilai VIF $< 10,0$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini tidak Multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pada pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Berikut merupakan Hasil Uji Heteroskedastisitas terhadap model regresi dalam penelitian ini :

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Kesimpulan
(Constant)		
Kualitas Produk(X ¹)	0.77	Tidak Terjadi
Kualitas Pelayanan(X ²)	0.408	Tidak Terjadi

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai nilai signifikan > 0.05 sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan dalam penelitian bertujuan untuk membuktikan bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2), secara sendiri (persial) ataupun secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.462	2.782		4.480	.000
1 Kualitas Produk	.006	.077	.008	.075	.000
Kualitas Pelayanan	.060	.094	.069	.640	.000

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas bahwa koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (0,006), variabel kualitas pelayanan (0,060) dan constant (12.462). Maka bentuk persamaan regresi berganda sebagai berikut $Y=12.462 +0,006X_1+0,060X_2$. Persamaan ini sesuai dengan rumus linier berganda yaitu $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$, dimana Y merupakan variabel terikat, a merupakan constant, X terjadinya kenaikan 1 satuan, maka nilai variabel kepuasan konsumen telah terjadinya peningkatan sebesar 12.462.

Koefisien Determinasi

Tabel 5 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.159 ^a	0.025	0.003	2.27796

A. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kualitas_Produk
 B. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien menunjukkan bahwa nilai R square 0,025 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Maka angka koefisien determinasi sebesar 25 % terhadap kepuasan konsumen dan memiliki sisanya 75% yang memiliki pengaruh dari variabel yang lain dan termasuk dalam penelitian.

Uji t

**Tabel 6 Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.323	2.427		5.489	.000
Kualitas Produk	.011	.076	.016	.147	.884
Kualitas Pelayanan	.061	.093	.070	.656	.513

Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan angka ttabel dengan ketentuan $\alpha=0.05$ dan $df=(n-k)$ atau $(90-2)=88$ sehingga ttabel sebesar 1,991. Jadi pada tabel di atas dapat diketahui dari masing-masing pengaruh yaitu:

Kualitas produk (X1) menunjukkan nilai (Sig) sebesar $(0.884 > 0,05)$ dan nilai $(t_{hitung} < t_{tabel})=(0,147 < 1,991)$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y). hal ini berarti hipotesis ini Di terima. Kualitas pelayanan (X2) menunjukkan nilai (Sig) sebesar $(0,513 > 0,05)$ dan nilai $(t_{hitung} < t_{tabel})=(0,656 < 1,991)$ Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). hal ini berarti hipotesis ini Di terima.

Uji f

Tabel 7 Hasil Analisis Perhitungan f-Hitung

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	11.670	2	5.835	1.124	0.330 ^b
Residual	451.452	87	5.189		
Total	463.122	89			

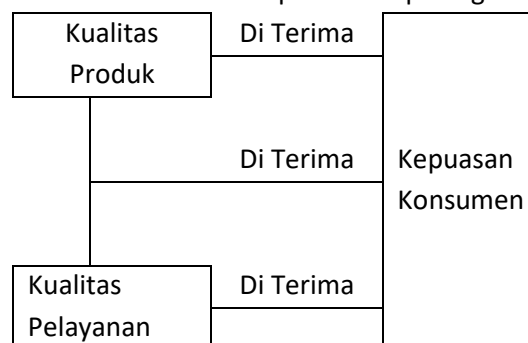
Sumber : pengolahan data menggunakan SPSS

Berdasarkan output diatas diketahui nilai (sig) untuk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar $(0,330 > 0,05)$ dan nilai $(f_{hitung} < f_{tabel})=(1,124 < 3,09)$, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengujian Hipotesis Berdasarkan hubungan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar, 1 Hasil Hubungan Antar Variabel

Analisis Responden

Responden dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung yang kebetulan berkunjung yang sedang berada di rumah makan Angkringan Resto Ndeso disaat si peneliti memulai penelitian. Di Rumah Makan Angkringan Resto Ndeso Di Oku Timur Desa Pemetung Basuki. Yang mana responden terdiri dari 90 pengunjung.

Analisis Validitas Dan Reliabilitas

Uji validasi dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan Window SPSS,23. Dengan nilai R-hitung dan Nilai Cronbach's Alpha antara 0,237 sampai dengan 0,658 dimana data dianggap valid dan reliable apabila R-hitung lebih besar dari R- tabel (0,205).

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tabel output diatas diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Di Rumah Makan Angkringan Resto Ndeso Di Oku Timur Desa Pemetung Basuki. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan dari regresi linier berganda diperoleh nilai (sig) variabel Kualitas Produk (X1) = 0,941, Dan Kualitas Pelayanan (X2) = 0,524, yang artinya Kualitas Produk (X1), dan kualitas pelayanan(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan Pengolahan Data Analisis Mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Angkringan Resto Ndeso Di Wilayah Oku Timur Desa Pemetung Basuki, Maka Dapat Diambil Kesimpulan Sebagai Berikut : Variabel Kualitas Produk (X1) pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Angkringan Resto Ndeso tersebut. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan dari aplikasi SPSS 23. Artinya kualitas produk (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Variabel kualitas pelayanan (X2) pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen (Y) Angkringan Resto Ndeso tersebut. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan dari aplikasi SPSS 23. Artinya kualitas pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Variabel Kualitas Produk (X1) dan Variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen (Y). Nilai R square 0,25 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besar kecilnya pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) dan Variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan Konsumen (Y) dilihat dari koefisien determinasi sebesar 25%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh pengaruh faktor lain, seperti yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, A.T. dan Michael, Stefanus.(2014). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan. <https://www.neliti.com/id/publications/82332/analisis-pengaruh-kualitas-makanan-dan-persepsi-harga-terhadap-kepuasan-konsumen>. Diakses 10 Oktober 2021 Pukul, 01.25.
- Ghozali, I. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Usaha Kecil dan Menengah Bidang Furniture di Jawa Tengah) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/13152>. Diakses 10 Oktober 2021 Pukul, 02.00.
- Kuncoro Achmad. (2012), " Análisis jalur (Path Análisis), Edisi kedua, Penerbit Alfabeta, Bandung.

- <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/1217>. Diakses 11 Oktober 2021, 11.00.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (p. 352). Boston, MA: Pearson. https://toc.library.ethz.ch/objects/pdf03/e01_978-1-292-09314-7_01.pdf. Diakses 12 Oktober 2021, Pukul 12.00.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada: Depok. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/article/view/1338>. Diakses 30 Oktober 2021, Pukul 11.00.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan pt. sucofindo batam. *Journal of Applied Business Administration*, <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/619>. Diakses 10 Oktober 2021 pukul, 02.30.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen PemasaranJasa, Salemba Empat, Jakarta*. Diakses 5 November 2021 Pukul, 22.30.
- Oktari, Rima Nurmalia., Zainul Hidayat, & Jesi Irwanto,(2019) 'Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen' *Jurnal Riset Manajemen*. <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/751/497>. Diakes 05 April 2022 Pukul 23.16 .
- Priansa.(2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rusydi.(2017). *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- Schiffman, L. G. (2015). *Consumer Behavior* . Edisi 11: Global.
- Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Susanti, N. (2020). pengaruh kualitas produk, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada resto betri kecamatan siman kabupaten ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). <https://ojs.unm.ac.id/iap/article/view/13568>. Diakses, 4 November 2021, Pukul 04.00
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono Fandy dan chandra Gregorius. (2016). *Service, Quality & satisfaction*.Yogyakarta.Andi.
- Tjiptono Fandy. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta*
- Utami, Novita Dian et all. (2016). Pengaruh kualitas produk, pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4, Nomor 5. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/41913>. Diakses 5 November 2021 Pukul, 22.30.
- Zeithaml, V. A. (2018). *What Are Services*. (7th ed.).: Mc Graw Hi Education.