JEMABD: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis Digital
Vol. 02, No. 01, September 2025
Hal 315-320
E-ISSN : 3064-3538
P-ISSN : 3089-235X
Site : https://ojs.gelcipnus.org/index.php/jemabd

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Nasi Kapau Salero Denai Granada Tangerang Selatan

Muhamad Dicky Setiawan[1], Kiki Dwi Wijayanti[2]
[1,2] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email: dikiswtiawan29@gmail.com[1], Dosen02247@unpam.ac.id[2]

Article Info

Article history:

Received Agustus 19, 2025
Revised September 01, 2025
Accepted September 11, 2025

Keywords:

Kualitas Produk
Kualitas Pelayanan
Kepuasan Konsumen

Keywords:

Product Quality
Service Quality
Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Nasi Kapau Salero Denai Granada, Tangerang Selatan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta menambah wawasan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 39.416 orang, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode probability sampling menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data meliputi analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan persamaan regresi $Y = 7{,}067 + 0{,}756X_1 + 0{,}068X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,788 menunjukkan hubungan yang kuat. Koefisien determinasi sebesar 0,621 (62,1%). Uji F menunjukkan Fhitung > Ftabel (79,571 > 3,090), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) on Consumer Satisfaction (Y) at Nasi Kapau Salero Denai Granada, South Tangerang. The results of this research are expected to be useful as a tool to apply the knowledge that has been obtained in higher education and to increase knowledge. The method used in this research is a descriptive quantitative method with an associative approach. The population in this study is 39,416 people. The sampling technique used is the probability sampling method with the Slovin formula, resulting in a total sample of 100 people. The analysis used is regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results of this research show that Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) have a significant and positive effect on Consumer Satisfaction (Y), with the obtained regression equation $Y = 7.067 + 0.756X_1 + 0.068X_2$. The correlation coefficient value is 0.788, indicating a strong relationship. The coefficient of determination is 0.621 or in percentage terms, 62.1%. Simultaneous hypothesis testing of Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) on Consumer Satisfaction (Y) shows that Fcount > Ftable or 79.571 > 3.090, so H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means there is a significant simultaneous influence between Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) on Consumer Satisfaction (Y).

This is an open access article under the CC BY license.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat berdampak pada persaingan usaha yang semakin ketat. Hal ini membuat pemilik usaha harus terus berinovasi dan kreatif terhadap perubahan yang terjadi. Seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, permintaan terhadap barang dan jasa baik secara kualitas maupun kuantitas juga ikut meningkat. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus berlomba-lomba menawarkan berbagai macam produk dan layanan yang menarik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam persaingan bisnis saat ini, pelaku usaha dituntut untuk lebih peka terhadap keinginan konsumen, baik itu melalui kualitas produk, diferensiasi harga, maupun kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Kemajuan di bidang ekonomi juga membawa dampak besar terhadap perkembangan sektor kuliner. Bisnis kuliner menjadi salah satu bidang yang sangat menjanjikan, karena kebutuhan konsumsi masyarakat yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Banyak pelaku usaha maupun individu yang memilih terjun ke usaha kuliner karena dinilai sebagai peluang usaha yang tidak pernah surut, bahkan cenderung terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Pola hidup konsumtif masyarakat Indonesia dimanfaatkan oleh para pelaku usaha sebagai peluang untuk menawarkan berbagai variasi kuliner. Salah satu jenis kuliner yang sangat diminati adalah makanan khas Padang, seperti Nasi Kapau, yang hingga saat ini tetap memiliki peminat yang tinggi.

Dalam kegiatan bisnis, kepuasan konsumen menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan atau produk dapat berdampak buruk bagi kelangsungan usaha. Menurut Kotler dan Keller [1], kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan persepsi kinerja suatu produk terhadap harapannya. Sedangkan menurut Mowen dan Minor dalam Sudaryono [2], kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka menggunakannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Firmansyah [3] menyatakan bahwa kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual memiliki nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Selain itu, Eka [4] juga mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan hal penting yang harus diupayakan oleh setiap perusahaan apabila ingin bersaing di pasar. Produk yang berkualitas tidak hanya dilihat dari aspek fungsional, tetapi juga dari ketahanan, desain, dan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen.

Selain kualitas produk, aspek kualitas pelayanan juga menjadi penentu penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Menurut Kasmir [5], kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, maupun pimpinan. Kotler dan Keller [6] mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Sejalan dengan itu, Tjiptono dan Chandra [7] menambahkan bahwa pelayanan merupakan tindakan yang bersifat intangible dan dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif yang membentuk loyalitas pelanggan terhadap suatu merek atau usaha.

2. METODE

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Nasi Kapau Salero Denai Granada yang berjumlah 39.416 orang, berdasarkan data konsumen pada tahun 2023. Karena jumlah populasi tergolong besar, penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin agar sampel yang diperoleh dapat merepresentasikan populasi secara keseluruhan dan hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono [8], yaitu dalam sebuah penelitian, jika jumlah populasinya dianggap terlalu besar maka penulis dapat mempersempit populasi dengan cara menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin agar representatif dan hasilnya dapat digeneralisasikan. Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, yaitu observasi langsung ke lokasi, penyebaran kuesioner, serta didukung oleh dokumentasi dan studi kepustakaan. Metode pengumpulan data ini dipilih agar data yang diperoleh valid dan dapat menggambarkan kondisi riil di lapangan. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis secara simultan melalui uji F. Proses penelitian dilakukan secara sistematis mulai dari perumusan masalah, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data, hingga pengolahan data menggunakan metode statistik agar diperoleh kesimpulan yang valid secara ilmiah

3. HASIL DAN PEMBAHASAN (12 pt)

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan metode yang diterapkan, didapati hasil penelitian sebagai berikut ini:

3.1 Hasil Pengujian

3.1.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,067	2,747		2,573	,012
	Kualitas Produk	,756	,068	,752	11,188	,000
	Kualitas Pelayanan	,068	,053	,087	1,294	,199

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Persamaan regresi memberikan hasil sebagai berikut: $Y = 7{,}067 + 0{,}756X_1 + 0{,}068X_2$. Temuan terkait berasas pada perhitungan regresi dengan ditunjukkan oleh tabel tersebut. Persamaan berikut menghasilkan kesimpulan seperti dibawah ini:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 7,067 menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap sebesar 7,067 meskipun variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) bernilai nol atau tidak naik
b. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,756 bernilai positif. Keadaan ini mengartikan jika variabel Kualitas Pelayanan (X_2) tetap atau naik satu elemen, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0,756
c. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,068 bernilai positif. Keadaan ini mengartikan jika variabel Kualitas Produk (X_1) tetap atau naik atau turun, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0,068.

3.1.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Tabel 2
Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,788[a]	,621	,613	3,314	,621	79,571	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas didapati bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,788 yang mana berada pada interval 0,600 – 0,799. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

3.1.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,788[a]	,621	,613	3,314

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas didapati bahwa nilai koefisien determinasi secara simultan diperoleh sebesar 0,621 yang mana berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persentase sebesar

62,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,621 atau dengan nilai persentase sebesar 62,1%, sedangkan sisanya 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji *F*)

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1747,674	2	873,837	79,571	,000[b]
	Residual	1065,236	97	10,982		
	Total	2812,910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas didapati bahwa nilai Fhitung sebesar 79,571 > 3,090 (Fhitung > Ftabel). Hal tersebut pula didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 < 0,050 atau lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Ini menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima.

3.2 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,784 ditunjukkan oleh persamaan regresi Y = 8,436 + 0,789X_1. Koefisien Determinasi sebesar 0,615 dengan nilai persentase sebesar 61,5%. Hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa t hitung > t tabel, atau 12,506 > 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Terdapat pengaruh yang cukup signifikan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,364 ditunjukkan oleh persamaan regresi Y = 28,839 + 0,287X_2. Koefisien Determinasi sebesar 0,133 dengan nilai persentase sebesar 13,3%. Hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa t hitung > t tabel, atau 3,871 > 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_2 diterima.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,788 ditunjukkan oleh persamaan regresi Y = 7,067 + 0,756X_1 + 0,068X_2. Koefisien Determinasi sebesar 0,621 dengan nilai persentase sebesar 62,1%. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa Fhitung > Ftabel, atau 79,571 > 3,090. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_3 diterima.

4. KESIMPULAN

Kualitas Produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,784 ditunjukkan oleh persamaan regresi Y = 8,436 + 0,789X_1. Koefisien Determinasi sebesar 0,615 dengan nilai persentase sebesar 61,5%. Hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa thitung > ttabel, atau 12,506 > 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,364 ditunjukkan oleh persamaan regresi Y = 28,839 + 0,287X_2. Koefisien Determinasi sebesar 0,133 dengan nilai persentase sebesar 13,3%. Hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa thitung > ttabel, atau 3,871 > 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_2 diterima. Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,788 ditunjukkan oleh persamaan regresi Y = 7,067 + 0,756X_1 + 0,068X_2. Koefisien Determinasi sebesar 0,621 dengan nilai persentase sebesar 62,1%. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa Fhitung > Ftabel, atau 79,571 > 3,090. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_3 diterima. Pada bagian ini penulis harus memberikan pernyataan bahwa apa yang diharapkan sama seperti yang tertera pada bagian "PENDAHULUAN" yang pada akhirnya dapat menghasilkan bagian "HASIL DAN PEMBAHASAN", sehingga terdapat kesesuaian. Selain itu juga dapat ditambahkan prospek pengembangan hasil penelitian dan prospek penerapan studi lanjutan ke depan (berdasarkan hasil dan pembahasan).

REFERENSI

[1] P. Kotler, K. L. Keller, and S. H. Ang, *Marketing Management: An Asian Perspective*, Pearson, 2018.
[2] Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
[3] A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019.
[4] S. Eka, R. Sudirman, and I. W. Ferawati, "Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan di UD. Angkasa Pekulo," *Analisa: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol. 11, no. 1, pp. 36–44, 2023.
[5] Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Group, 2017.
[6] P. Kotler, K. L. Keller, and S. H. Ang, *Marketing Management: An Asian Perspective*, Pearson, 2018.
[7] F. Tjiptono and A. Diana, *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
[8] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.