

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GALAK BONDOWOSO

Abdul Halim
abdulhalim18367@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Wahyu Eko Setianingsih
setianingsih@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

Tatit Diansari reskiputri
tatit.diansari@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

This study aims to examine and determine the effect of two variables, namely product quality and service quality on consumer satisfaction. The hypothesis in this study is that product quality and service quality affect customer satisfaction partially. The object of this research is the consumer of Mie Galak Bondowoso which has a total of 110 respondents using purposive sampling. Data collection techniques using observation, questionnaires, and documentation. The analysis used includes the validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, multi-core test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (t test, determinant coefficient). The results of the study prove that product quality and service quality affect consumer satisfaction at Mie Galak Bondowoso.

Keywords: *Product Qualit and Service Quality on Consumer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Suatu produk yang dirasakan oleh konsumen memenuhi apa yang diharapkan, maka konsumen akan terus mencarinya berulang-ulang. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan konsumen lainnya. Tjiptono dan Candra (2012:75) menjelaskan bahwa dimensi pelayanan terdiri atas Reabilitas yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat dan memuaskan, Responsivitas keinginan dan kesediaan para karyawan untuk memberikan layanan dengan tanggap, Jaminan (assurance) yang mencakup pengetahuan, kompetensi dan kesopanan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para

karyawan, Empati yang meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, bersikap sabar dalam melayani konsumen, dan Bukti fisik (tangibles) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen, jika konsumen merasa puas terhadap suatu pelayanan maka akan menjadikan konsumen yang setia dan loyal terhadap perusahaan yang memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik bisa diberikan ketika perusahaan mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen dan mempraktekkan langsung dalam tindakan

yang nyata. Menurut Sinambela (2011:6) kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Adapun pelayanan yang harus dilakukan terhadap konsumen misalnya, melayani konsumen dengan ramah, cepat dan tepat, sopan santun terhadap konsumen, kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpecaya sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Tabel 1. 1 Menu Restoran Mie Galak

No	Menu	Harga
1	Mie Galak Ayam Pedas	Rp. 12.000
2	Mie Galak Ceker Pedas	Rp. 12.000
3	Mie Galak Pangsit	Rp. 12.000
4	Mie Galak Sayap Pedas	Rp. 13.000
5	Mie Galak Duo -(Ayam+Ceker) -(Ayam+Pangsit) -(Pangsit+Ceker)	Rp. 14.000
6	Mie Galak Sayap + Ceker	Rp. 15.000
7	Mie Galak Komplit (Ayam+Ceker+Pangsit)	Rp. 15.000
8	Mie Galak Jumbo	Rp. 20.000
9	1 Porsi Sayap Pedas	Rp. 12.000
10	1 Porsi Ceker Pedas	Rp. 10.000
11	1 Porsi Dimsum Ayam	Rp. 10.000
Minuman		
12	Es Jeruk/Es The	Rp. 4.000
13	Jeruk Panas/The pamas	Rp. 4.000
14	Es Cappucino Cincau	Rp. 8.000
15	Air Mineral Botol	Rp. 3.000
16	Air Mineral Gelas	Rp. 500

Sumber : Restoran Mie Galak, 2022

Setelah melakukan observasi langsung ke Restoran Mie Galak di Jalan Briqpol Sudarlan Perum PBI C1 Nangkaan Kab.Bondowoso, mendapati restoran ini selalu ramai pada malam hari dikunjungi oleh konsumen terutama hari sabtu malam minggu. Tentunya banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan serta testimoni yang timbul dengan kepuasan produk dan pelayanan terhadap konsumen. Setelah melakukan wawancara dengan satu karyawan Restoran Mie Galak yaitu Zain Adi Pratama, beliau mengungkapkan bahwa sekarang perusahaan masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik buat konsumen. Beliau pula menyadari masih ada banyak kekurangan yang dialami, misalnya rasa makanan yang disajikan tidak selalu sama, terkadang enak terkadang hambar, penyajian produk antara yang dimenu dengan yang disajikan terkadang berbeda, fasilitas yang terdapat terbatas, bangunan yang tidak terlalu luas, sempitnya lahan parkir terutama untuk roda empat, terbatasnya jumlah karyawan sehingga waktu penyajian produk lama . Selain itu restoran Mie Galak juga belum pernah melakukan kuesioner terkait kepuasan konsumen.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2007). Kepuasan konsumen dilihat dari seberapa besar harapan konsumen tentang suatu produk dan pelayanan aktual yang diberikan perusahaan. Setelah mengkonsumsi

produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan, bila konsumen merasa puas maka konsumen akan membeli ulang produk dan bila tidak puas maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut dikemudian hari. Kepuasan konsumen adalah penilaian purnabeli dimana cara lain yang dipilih setidaknya sama atau melampaui harapan konsumen, kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen (Sangadji dan Sopiha 2013:181).

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Mie Galak Bondowoso?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Mie Galak Bondowoso?

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2008), menjelaskan kualitas produk merupakan perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas karena produk yang digunakan mempunyai kemampuan untuk melaksanakan fungsinya. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang mempunyai manfaat bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Terdapat 3 indikator yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu:

1. Spesifikasi Produk, yaitu berupa rincian atau uraian keterangan dari sebuah produk/.

2. Kinerja Produk, yaitu suatu nilai, fungsi atau hasil yang diperoleh dari suatu barang atau . Konsumen akan membeli suatu barang atau akan melihat nilai dan fungsi yang akan mereka dapatkan dari produk tersebut
3. Tampilan Produk, yaitu mengemukakan bahwa tampilan produk didefinisikan sebagai banyak tidaknya variasi produk yang ditampilkan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mempunyai banyak pengertian, berikut definisidefinisi kualitas pelayanan berdasarkan beberapa ahli:

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:164) “kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berkema dengan produk, , sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:282), yaitu:

1. Bukti fisik (Tangible), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat dapat dinilai baik.
2. Empati (Emphaty), yaitu kesediaan karyawan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual konsumen.
3. Daya tanggap (Responsiveness), yaitu kemauan dan kemampuan dari

karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesigapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah.

4. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten dan memuaskan.
5. Jaminan (Assurance), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Komitmen merupakan komponen yang dapat membangun relationship dan merupakan hal yang mudah hilang. Yang akan dibentuk hanya dengan pihak – pihak yang saling percaya.

Kepuasan Konsumen

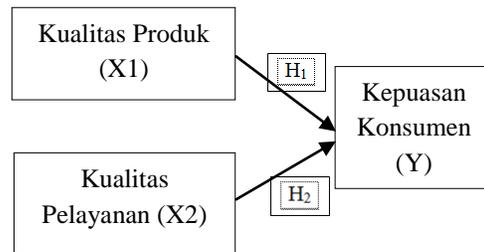
Menurut Kotler (2012:138) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka . sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Menurut Tjiptono (2010:150) menyatakan bahwa :”Kepuasan atau Ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ke tidak sesuai / dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya”.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2010:101) indikator kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang di rasakan oleh konsumen.
2. Minat Berkunjung Kembali, merupakan kesediaan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk terkait.
3. Kesediaan konsumen Untuk Merekomendasikan, kepada teman dan keluarga apa yang telah di rasakannya.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digunakan sebagai gambaran menyeluruh dan sistematis setelah memahami materi yang mendukung masalah penelitian. Kerangka konseptual adalah penalaran untuk sampai pada hipotesis atas masalah yang dirumuskan.

Hipotesis

H1= Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mie Galak Bondowoso
 H2 = Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Galak Bondowoso.

3. METODE PENELITIAN

Agar peneliti dapat mendeskripsikan secara jelas dan rinci serta memperoleh data mendalam terhadap penelitian ini, maka penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat kausalitas, penelitian yang bersifat kausalitas adalah penelitian yang menyatakan hubungan sebab akibat, dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang menjadi penyebab dan akibatnya terhadap variabel terikat.

Populasi

Menurut Sugiyono,(2012:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai 29 kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Restoran Mie Galak Bondowoso.

Sampel

Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik pengambilan sampel. Penentuan pengambilan sampel tergantung pada indikator yang digunakan Arikunto (2010).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. sugiyono, (2010:90). Penggunaan sampel akan mempermudah penelitian dalam waktu yang tidak terlalu

lama dan biaya yang lebih rendah, jika dibandingkan dengan penelitian pada populasi. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, dimana setiap konsumen atau responden yang memiliki kriteria populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, metode ini merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang dijumpai atau diakses dengan pertimbangan tertentu. Penentuan sampel pada penelitian yang menggunakan angket atau kuesioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Penelitian ini menggunakan 11 indikator dan menggunakan faktor kali angka 10, karena indikator penelitian berjumlah 11 indikator, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar $11 \times 10 = 110$ responden. Berikut ini perhitungan jumlah sampel berdasarkan pendapat (Arikunto, 2010) :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 = 110 \text{ sampel.} \end{aligned}$$

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan angket langsung kepada konsumen restoran mie galak Bondowoso, Pembagian angket bertujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai pengaruh *cost leadership*

terhadap kepuasan konsumen restoran mie galak Bondowoso.

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek dan subjek yang diteliti. Dalam penelitian, observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung kepada konsumen restoran mie galak Bondowoso,

2. Kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden, yakni pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menemaah referensi, arsip, dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumen yang dimaksud antara lain adalah tugas pokok dan fungsi lembaga, profil atau karakteristik restoran mie galak Bondowoso.

Pada prinsipnya instrumen penelitian merupakan alat bantu dalam melakukan suatu penelitian sehingga data yang diperlukan dapat dikumpulkan dan dianalisis lebih lanjut sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah daftar pertanyaan (kuesioner) yang berisi sejumlah pernyataan tertutup tentang operasional variabel - variabel penelitian. Instrumen penelitian ini diperlukan dalam memperoleh data deskriptif yang akan digunakan untuk menguji hipotesis dengan model kajian skala indeks dengan 5 (lima)

alternatif jawaban untuk masing-masing pertanyaan, Skala yang digunakan adalah Skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas

Variabel	R Kritis	R hitung	Sig nifikasi	Keterangan
Kualitas Produk (X1)				
X1.1	0,187	0,797	0,001	Valid
X1.2	0,187	0,759	0,001	Valid
X1.3	0,187	0,704	0,001	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)				
X2.1	0,187	0,706	0,001	Valid
X2.2	0,187	0,706	0,001	Valid
X2.3	0,187	0,707	0,001	Valid
X2.4	0,187	0,627	0,001	Valid
X2.5	0,187	0,579	0,001	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)				
Y1.1	0,187	0,743	0,001	Valid
Y1.2	0,187	0,813	0,001	Valid
Y1.3	0,187	0,729	0,001	Valid

Pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa seluruh variabel adalah valid, karena nilai dari r hitung lebih besar dari r kritis yaitu 0,187 dan nilai signifikanis kurang dari 5% maka instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,50	0,619	Reabilitas diterima
Kualitas Pelayanan (X2)	0,50	0,687	Reabilitas diterima
Kepuasan Konsumen (Y1)	0,50	0,687	Reabilitas diterima

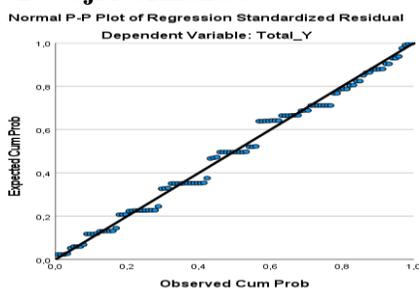
Uji Reliabilitas

Pada tabel 4.16 Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai reabilitas yang cukup atau memenuhi kriteria untuk dikatakan reliabel yaitu di atas 0,50, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah di dalam model regresi tersebut terdapat suatu penyimpangan, sehingga perlu diadakan pemeriksaan dengan menggunakan uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas.

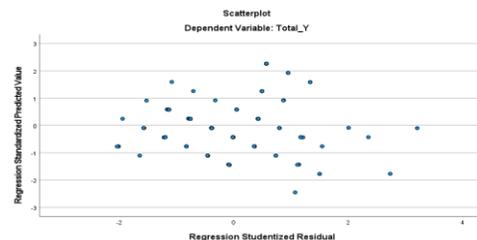
1. Uji Normalitas



Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas

Dari gambar 4.6 dapat dijabarkan bahwa *Standardized Residual dependent* variabel Y. Pada garis tersebut menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal maka pada gambar grafik tersebut dapat dikatakan data berdistribusi normal.

2. Heteroskedastisitas



Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 4. 7 di atas hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan ternyata titik-titik menyebar secara acak, tidak berbentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Multikolinieritas

Tabel 4. 17 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,770	1,299	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,770	1,299	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Kesimpulannya adalah bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier

Tabel 4.18 Analisis Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	(Constant)	1,937
2	Kualitas Produk	,317
3	Kualitas Pelayanan	,313

Berdasarkan tabel 4.18 diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,937 + 0,317X_1 + 0,313X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. a = Kostanta Sebesar 1,937 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, dan differensiasi dinilai konstan, maka kepuasan konsumen pada Mie Galak Bondowoso akan berpengaruh positif sebesar 1,937.
2. Variabel kualitas produk (X1) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,317. Artinya setiap penambahan variabel kualitas pelayanan sebesar 1, maka kualitas produk akan mengalami peningkatan sebesar 0,317. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,313. Artinya setiap penambahan variabel kualitas pelayanan sebesar 1, maka kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,313. Hal ini

menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Uji t

Tabel 4. 19 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Signifikasi
Kualitas Produk (X1)	4,821	0,001
Kualitas Pelayanan (X2)	6,828	0,001

Berdasarkan tabel 4.19 diatas hasil uji t dapat dijelaskan sebagai Berikut:

- a. H1 : Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,821 dari variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ (5%) maka Ho ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. H2 : Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 6,828 dari variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ (5%) maka Ho ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 ^a	,552	,544	,850

Berdasarkan hasil analisis yang bisa

dilihat pada tabel 4.18 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,544, hal ini berarti 54,4% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 44,6% disebabkan oleh faktor-faktor lain contohnya seperti harga, lokasi, dan promosi yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan maka mengakibatkan semakin tinggi pula Kepuasan Konsumen. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Konsumen

Hasil penelitian ini pada pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,821) lebih besar dari t kritis (0,187) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan

Konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ginting & Saputra, 2015), (Familiar & Maftukhah, 2015), (Isfahilah & Kawan-kawan, 2018), (Lesmana & Ratnasari, 2019), (Maulida & Kawan-kawan, 2019), (Kasinem, 2020), (Finthariasari & Kawan-kawan, 2020), (Fadhli & Pratiwi, 2021) yang juga menyatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini pada pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar (0,001) lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (6,828) lebih besar dari r kritis (0,187) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ginting & Saputra, 2015), (Familiar & Maftukhah, 2015), (Lesmana & Ratnasari, 2019) yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Galak Bondowoso. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,821) lebih besar dari t kritis (0,187) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Galak Bondowoso. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar (0,001) lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (6,828) lebih besar dari r kritis (0,187) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat bahwa keterbatasan dari penelitian ini adalah variabel yang diteliti yang hanya meneliti tentang kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1. Bagi perusahaan Mie Galak Bondowoso :
 - a. Mie Galak Bondowoso disarankan lebih meningkatkan kualitas produknya kepada konsumen, agar para konsumen bisa lebih puas dengan produk yang diberikan oleh Restoran Mie Galak Bondowoso.
 - b. Mie Galak Bondowoso disarankan bisa meningkatkan kualitas pelayanannya, agar konsumen lebih tertarik lagi untuk selalu menggunkan Restoran Mie Galak Bondowoso.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan lebih mengembangkan variabel yang berkaitan dengan kepuasan konsumen seperti harga, lokasi dan promosi agar pemahaman tentang pemasaran lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Reneka Cita
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen woles chips. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 441-447.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang.
- Dewi, E. R., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UD. PLASTIK BAGONG TRENGGALEK. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 265-280.
- Endang Mulyatiningsih. (2011). Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik. Yogyakarta: UNY Press
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen, Semarang: BP UNDIP.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-159.
- Ghozali, Imam. 2013, Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.

- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115-129.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26-29.
- Moleong, Lexy. 1993. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Niati, R. (2015). Strategi Bauran Pemasaran Ayam-Ayam Resto Solo. *Program Studi Pendidikan. Skripsi: Teknik Boga Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Riny, H. H., & Wijaksana, T. I. (2019). Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Auto2000 Karawang. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Riskiana, Y., & Setyawan, A. A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan “Ayam-Ayam Resto” Di Solo.
- Rustanti, N. (2015). Buku Ajar Ekonomi. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127-146.
- Saputra, A. (2018). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor).
- Sugiyono. (2009). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Yuniarti, V. S. (2015). Perilaku konsumen teori dan praktik (1 ed.). Bandung: CV Pustaka setia.