



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan

Anisa Salsabilah ^{1*}, Iis Noviyanti ²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Received (11-11-2024) Revised (18-11-2024) Accepted (5-12-2024)</p> <p>Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction</p>	<p><i>This study aims to determine how much the Effect of Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction at Ju-Pe Penyet Chicken Ciputat South Tangerang. The method used is a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study was 11,200 and data collection was carried out using the slovin formula by distributing 99 respondents. This study used a questionnaire as a data collection tool. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed the value of $t_{count} > t_{table}$ (8.533 > 1.984) with a significance level of (0.000 < 0.05) which means that Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. The value of $t_{count} > t_{table}$ (8.195 > 1.984) with a significance level of (0.000 < 0.05) which means that Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. In addition, simultaneously Service Quality and Product Quality have an effect on Customer Satisfaction. This is known based on the value of $F_{count} > F_{table}$ or (43.944 > 3.09) with a significance level of (0.000 < 0.05). With multiple linear regression equations $Y = 7.868 + 0.444X_1 + 0.373X_2$.</i></p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen</p>	<p>ABSTRAK Penelitian ini bertujuan unntuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 11.200 dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan menyebar 99 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukan nilai thitung > ttabel (8,533 > 1,984) dengan tingkat signifikansi sebesar (0,000 < 0,05) yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai thitung > ttabel (8,195 > 1,984) dengan Tingkat signifikansi sebesar (0,000 < 0,05) yang berarti Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diketahui berdasarkan nilai Fhitung > Ftabel atau (43,944 > 3,09) dengan Tingkat signifikansi sebesar (0,000 < 0,05). Dengan persamaan regresi linier berganda $Y = 7,868 + 0,444X_1 + 0,373X_2$.</p>



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

1. PENDAHULUAN

Kesuksesan dan kegagalan perusahaan merupakan hal yang wajar dalam dunia bisnis yang penuh dengan persaingan dan dinamika. Peluang dan tantangan yang ada menuntut pengusaha untuk jeli dalam memanfaatkan setiap peluang yang muncul. Di era globalisasi, persaingan usaha tidak hanya terjadi di tingkat lokal atau nasional, tetapi juga bersifat global, dengan banyak faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan bisnis. Dalam konteks ini, industri kuliner di Indonesia, seperti rumah makan dan restoran, menghadapi tantangan yang signifikan dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Salah satu usaha kuliner yang menghadapi persaingan ketat adalah Rumah Makan Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat, yang berlokasi di Tangerang Selatan. Berdiri sejak 2017, rumah makan ini berusaha

*Corresponding author.

E-mail: annisaasalsabila@gmail.com

mempertahankan daya saing melalui penyajian hidangan berkualitas dan suasana yang nyaman. Namun, terdapat beberapa indikator yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk di Ayam Penyet Ju-Pe masih perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen.

Konsumen tidak hanya memperhatikan cita rasa makanan, tetapi juga mutu layanan yang diberikan. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2019), kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen secara konsisten. Terdapat lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berdasarkan pra-survei di Rumah Makan Ayam Penyet Ju-Pe, ditemukan bahwa kualitas pelayanan masih memiliki beberapa kekurangan, terutama pada dimensi empati, di mana 73,3% responden menyatakan bahwa pelayanan kurang cekatan. Selain itu, pada dimensi kehandalan, 63,3% responden mengeluh bahwa pesanan tidak selalu sesuai dengan yang dipesan. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen.

Selain pelayanan, kualitas produk juga menjadi faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2019), kualitas produk mencakup karakteristik dan fitur yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks Ayam Penyet Ju-Pe, terdapat beberapa keluhan terkait kualitas produk, seperti makanan yang tidak selalu hangat saat disajikan dan porsi yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Berdasarkan data pra-survei, 76,7% responden menyatakan bahwa fitur layanan pemesanan online belum tersedia, yang menunjukkan kurangnya fasilitas yang relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini.

Data jumlah pelanggan dan penjualan menunjukkan adanya fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2023, jumlah konsumen dan penjualan mengalami penurunan, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk tidak sepenuhnya memuaskan konsumen. Penurunan jumlah transaksi dan kegagalan mencapai target penjualan pada tahun 2023 mengindikasikan adanya faktor internal yang perlu segera diperbaiki, seperti kecepatan pelayanan dan rasa makanan yang tidak konsisten.

Meskipun banyak penelitian yang mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen, terdapat beberapa celah yang belum banyak diteliti: Kurangnya Penelitian di Industri Kuliner Lokal: Banyak penelitian sebelumnya fokus pada sektor jasa lain, seperti perhotelan atau ritel. Penelitian ini mengisi gap dengan fokus pada rumah makan tradisional di Indonesia, terutama di wilayah yang semakin kompetitif seperti Tangerang Selatan. Dimensi Kualitas Pelayanan yang Spesifik: Penelitian terdahulu cenderung menggunakan pendekatan umum terhadap kualitas pelayanan. Dalam konteks ini, ada kebutuhan untuk menggali lebih dalam pada dimensi tertentu, seperti empati dan kehandalan, yang menunjukkan keluhan tertinggi di Ayam Penyet Ju-Pe. Ketidakkonsistenan Kualitas Produk: Meskipun kualitas produk sering dianggap sebagai penentu utama kepuasan konsumen, pengaruh spesifik dari elemen-elemen seperti daya tahan dan fitur produk belum banyak dibahas dalam konteks rumah makan lokal. Penurunan Jumlah Konsumen dan Penjualan: Penelitian ini juga mengisi gap dalam literatur yang menghubungkan langsung antara penurunan kinerja perusahaan dengan evaluasi mendalam terhadap kualitas pelayanan dan produk. Dengan mengidentifikasi dan mengisi research gap ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif terhadap pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di industri kuliner lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

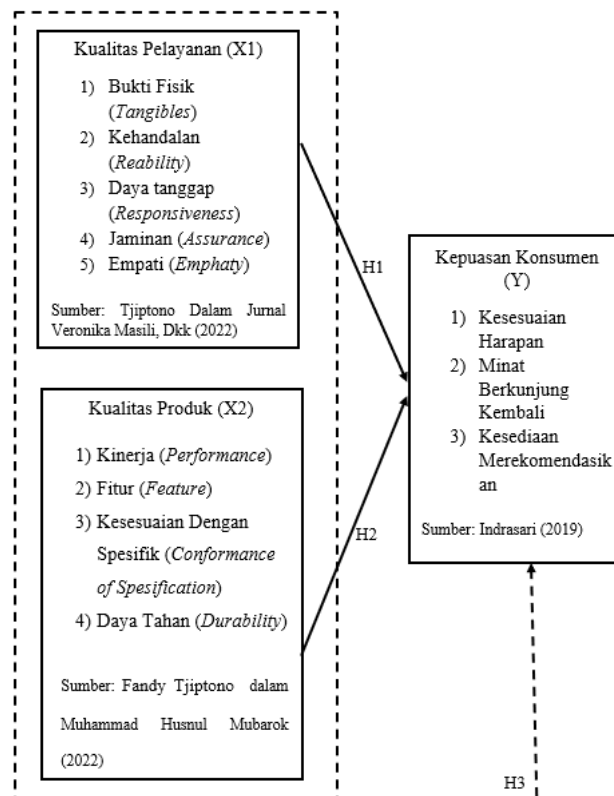
Menurut Laksana (2019), kualitas pelayanan adalah konsumen menyatakan sangat atau quality surprise apabila kenyataan yang dirasakan oleh lebih besar dari harapannya, kemudian konsumen menyatakan puas apabila konsumen sama dengan kenyataannya, dan selanjutnya konsumen menyatakan tidak puas apabila kenyataan dirasakan oleh konsumen lebih kecil atau tidak sesuai dengan harapan dari konsumen. Menurut Kotler (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang di harapkan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan akan menjadi pelanggan setia. Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnal Sulastrri dan Sari (2020) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kotler & Amstrong (2018) mengungkapkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Jurnal Rosa Lesmana dan Ratnasari (2019) berpendapat “Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat di tinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal”.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam Nabila Musyaffa, Ngatno (2019) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.” Berbeda halnya dengan Menurut Danang Sunayoti dalam (Fadhli & Pratiwi, 2021) “kepuasan konsumen adalah konsumen dalam memutuskan dimana tempat mereka akan belanja.” Sedangkan Menurut Lesmana dan Ratnasari (2019) Kepuasan konsumen adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin kepuasan akan kecewa).



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Diduga terdapat Pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan.
- H2: Diduga Terdapat Pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan.
- H3: Diduga Terdapat Pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan

3. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif, Menurut Arikunto (2019) penelitian deskriptif adalah untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan. Dengan penelitian ini dapat mengukur variabel independen yaitu proses Kepuasan Konsumen (Y) dan variabel dependen Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2). Penelitian ini dilakukan di Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat Tangerang Selatan. Jl. Cendrawasih Raya No. 54 RT/RW 4/3 Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15413. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Transaksi Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat di Tangerang Selatan selama 2023 sebanyak 11.200 Transaksi. Mengacu pada rumus slovin jumlah sampel yang digunakan sebanyak 99 responden. Adapun dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pernyataan dengan jawaban mengacu pada skala likert. Sangat Tidak Setuju (Bobot 1), Tidak Setuju (bobot 2), Netral (bobot 3), Setuju (bobot 4), dan Sangat Setuju bobot 5). Kuesioner digunakan untuk memperoleh data tentang tanggapan/pernyataan responden terhadap variabel penelitian. Penerapan metode regresi linear beganda jumlah yang digunakan lebih dari satu yang mempunyai satu variabel terikat. Analisis inni digunakan untuk mengetahui apakajj ada pengaruh variabel independent yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.371	3.249		3.500	.001
Kualitas Pelayanan	.727	.085	.655	8.533	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan perhitungan regresi pada tabel diatas, maka didapati persamaan regresi linier sederhana senilai: $Y = 11,371 + 0,727 X_1$. Berlandaskan perolehan analisis perhitungan diatas didapati $Y = 11,371 + 0,727 X_1$ Artinya nilai (a) atau konstanta senilai 11,371 nilai ini menunjukkan bahwasanya ketika Kualitas pelayanan (X1) bernilai nol atau tidak meningkat, kepuasan konsumen (Y) akan tetap senilai 11,371. Koefisien regresi (b) yang bernilai 0,727 (positif) membuktikan adanya dampak searah, yang berarti setiap peningkatan mutu pelayanan senilai satu satuan akan menambah kepuasan pelanggan senilai 0,727 satuan.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.790	3.329		3.542	.001
Kualitas Produk	.707	.086	.640	8.195	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan perhitungan regresi pada tabel diatas, maka didapati persamaan regresi linier sederhana senilai: $Y = 11,790 + 0,707 X_2$. Berlandaskan perolehan analisis perhitungan diatas maka didapati $Y = 11,790 + 0,707 X_2$. Artinya nilai (a) atau konstanta senilai 11,790 nilai ini menunjukkan bahwasanya pada saat Kualitas Produk (X2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan tetap bernilai 11,790. Koefisien regresi nilai (b) senilai 0,707 (positif) dimana setiap peningkatan mutu pelayanan senilai satu satuan akan menambah kepuasan pelanggan senilai 0,707 satuan, menunjukkan adanya pengaruh yang searah.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan guna memahami besaran Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) yang merupakan variabel bebas berpengaruh pada Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Berikut perolehan pengolahan data regresi dengan SPSS 26 yang bisa ditilik dibagan dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.868	3.333		2.361	.020
Kualitas Pelayanan	.444	.125	.400	3.558	.001
Kualitas Produk	.373	.124	.338	3.007	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan perhitungan program koasteurPSS versi 26 didapat perolehan sebagai berikut: $Y = 7,868 + 0,444X_1 + 0,373X_2$

- Konstanta senilai 7,868 berarti jikalau variabel Kualitas pelayanan dan Kualitas produk bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan Konsumen akan tetap senilai 7,868.
- Koefisien regresi untuk variabel Kualitas pelayanan (X1) senilai 0,444 membuktikan jikalau Kualitas pelayanan meningkat senilai 1%, maka kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat senilai 44,4%, dengan asumsi variabel lainnya tetap dan Nilai 0,444 berarti bilamana konstanta tetap dan tidak ada pergantian pada variabel Kualitas Produk (X2), maka setiap pergantian 1unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka berdampak terjadinya pergantian pada Kepuasan Konsumen (Y) senilai 0,444 *point*.
- Koefisien regresi untuk variabel Kualitas produk (X2) senilai 0,373 membuktikan jikalau mutu produk meningkat senilai 1%, maka kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat senilai 37,3%, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap dan Nilai 0,373 berarti bilamana konstanta konsisten serta variable Kualitas Pelayanan (X1) yang statis, maka tiap-tiap pergantian 1unit pada variabel Kualitas Produk (X2) akan berdampak munculnya peralihan di Kepuasan Konsumen (Y) senilai 0,373 *point*.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Mutu Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian pada bagan diatas, didapati nilai Koefisien Korelasi senilai 0,655 dimana nilai itu ada di interval 0,600-0,799 maknanya, kedua variabel mempunyai Tingkat hubungan yang **Kuat**.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations			
		Mutu Produk	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian pada bagan diatas, didapat nilai Koefisien Korelasi senilai 0,640 dimana nilai itu ada di interval 0,600-0,799 maknanya, kedua variabel mempnyai Tingkat hubungan yang **Kuat**.

Tabel 6. Koefisien Korelasi (X1) dan (X2) Terhadap (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.478	.467	7.878
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian pada bagan diatas, didapati nilai Koefisien Korelasi senilai 0,691 dimana nilai itu ada di interval 0,600 – 0,799 maknanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Kualitas Produk (X2) secara simultan punya Tingkat hubungan yang **Kuat** terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi (X1) terhadap (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.423	8.198
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan pada bagan, diketahui bahwasanya nilai koefisien determinasi Rsquare senilai 0,429 membuktikan jika Kualitas Pelayanan (X1) berkontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) senilai 42,9%, sementara sisanya senilai 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (X2) terhadap (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.409	.403	8.338
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan pada tabel, diketahui bahwasanya nilai koefisien determinasi Rsquare senilai 0,409 artinya Kualitas Produk (X2) berkontribusi terhadap kepuasan Kepuasan Konsumen (Y) senilai 40,9% sisanya senilai 59,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Koefisien Determinasi (X1) dan (X2) terhadap (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.478	.467	7.878
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan pada bagan, diketahui bahwasanya nilai koefisien determinasi Rsquare senilai 0,478 artinya variabel Mutu Pelayanan (X1) dan Mutu Produk (X2) secara simultan berkontribusi pada kepuasan pelanggan (Y) senilai 47,8% sisanya senilai 52,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.371	3.249	3.500	.001	
	Kualitas pelayanan	.727	.085	.655	8.533	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian pada tabel diatas, didapati nilai positif t hitung > t bagan atau (8,533 > 1,984). Fakta ini diperjelas oleh nilai signifikansi senilai 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, Ho1 ditolak dan Ha1 disetujui, yang membuktikan bahwa ada dampak signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.790	3.329		3.542	.001
Mutu Produk	.707	.086	.640	8.195	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian pada bagan diatas, didapati nilai positif t hitung > t bagan atau (8,195 > 1,984). Fakta ini diperjelas dengan nilai dengan signifikansi senilai 0,000 < 0,05. Maka, Ho2 ditolak dan Ha2 disetujui, membuktikan bahwasanya ada dampak signifikan antara Mutu Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat.

Uji Hipotesis Simultan

Tabel 12. Uji F hitung

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5454.963	2	2727.482	43.944	.000 ^b
Residual	5958.390	96	62.067		
Total	11413.354	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Berlandaskan perolehan pengujian pada tabel diatas, didapati nilai positif F hitung > F tabel atau (43,944 > 3,09). Fakta ini diperjelas oleh nilai dengan signifikansi senilai 0,000 < 0,05. Ditarik kesimpulan bahwasanya Mutu Pelayanan dan Mutu Produk secara kolektif memberikan pengaruh positif serta signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,371 + 0,727X_1$, dengan koefisien korelasi senilai 0,655 yang menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki Tingkat hubungan yang **Kuat**. Nilai determinasi, yang mengukur kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) pada Kepuasan Konsumen (Y), yakni 0,429 atau 42,9%, sedangkan sisanya senilai 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis membuktikan bahwasanya nilai t hitung positif lebih besar dari t tabel (8,533 > 1,984). Hal ini diperjelas oleh nilai signifikansi senilai 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa Diduga Terdapat Pengaruh Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat. Hal ini Sejalan dengan Penelitian Jojo Jalaludin (2021), Eka Giovana Asti,SE,MM dan Eka Avianti Ayuningtyas, SE., MBA (2020) Dan Detika Yossy Pramesti, Sri Widyastuti, & Dian Riskarini (2021).

Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berlandaskan perolehan analisis, didapati persamaan regresi $Y = 11,790 + 0,707 X_2$, koefisien korelasi senilai 0,640 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **Kuat**. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah senilai 0,409 atau senilai 40,9% dan sisanya senilai 59,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai positif t hitung > t tabel atau (8,195 > 1,984). Hal ini diperjelas dengan nilai dengan signifikansi senilai 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa Diduga Terdapat Pengaruh Secara Parsial Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat. Hal ini sejalan dengan penelitian Aldi An Nurfalalah, Surti Zahra & Mohamad Bayi Tabrani (2020), Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020) Dan Raissa Aprita Nur Maharani dan Iskandar Ali Alam (2022).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berlandaskan perolehan penelitian, membuktikan bahwasanya Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) memiliki positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 7,868 + 0,444X_1 + 0,373X_2$. Nilai koefisien keterkaitan atau Tingkat dampak antara variabel bebas

dengan variabel terikat didapati senilai 0,691 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai Tingkat hubungan yang **Kuat** terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi dampak secara simultan senilai 0,478 atau senilai 47,8% lalu sisanya senilai 52,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (43,944 > 3,09). Hal tersebut diperjelas dengan nilai dengan signifikansi senilai 0,000 < 0,05. Ditarik kesimpulan bahwasanya Diduga Terdapat Pengaruh Secara Simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat. Hal ini sejalan dengan penelitian Yudi Pratama, Imam Heryanto, Ashila Dwiyanisa dan Imelda Megawati (2021), Kadek Hary Krismantara, I Wayan Suartina & I Gede Aryana Mahayasa (2023), Zulkifli Harahap, Dino Leonandri & Enos Julvitra (2020), Dan Ainul Tria Lestari & Khalid Iskandar (2021).

5. PENUTUP

Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat, dengan persamaan regresi $Y = 11,371 + 0,727X_1$. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 42,9% terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien korelasi 0,655 yang menunjukkan hubungan yang kuat. Hasil uji hipotesis menunjukkan t hitung (8,533) > t tabel (1,984) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat, dengan persamaan regresi $Y = 11,790 + 0,707X_2$. Kontribusi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah 40,9%, dengan koefisien korelasi 0,640 yang menunjukkan hubungan kuat. Uji hipotesis memberikan hasil t hitung (8,195) > t tabel (1,984) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ayam Penyet Ju-Pe Ciputat, dengan persamaan regresi $Y = 7,868 + 0,444X_1 + 0,373X_2$. Kedua variabel secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 47,8% terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien korelasi 0,691 yang menunjukkan hubungan kuat. Uji hipotesis menunjukkan F hitung (43,944) > F tabel (3,09) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keastean pembelian produk fesyen muslim (survei pada pelanggan produk zoya muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1).
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 668-678.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Estamarinda, E., Akila, A., & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 69-82.
- 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. <https://stp-mataram.ejournal.id/JIP/article/view/684>
- Febriani, F., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 368.
- George R. Terry & Leslie W. Rue. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hamidah, S., & Sandi, S. P. H. (2023). Tingkat kepuasan konsumen umkm keripik pisang di desa kertaraharja. *Abdimajurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3416-3424.
- Harahap, Z., Leonandri, D., & Julvitra, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 120-131.
- Hasibuan, H. M. (2019). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di calanilla panyabungan. *Jurnal Misi*, 4(3).
- Hery, (2019), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Grasindo
- Indra, S. S., & Anggraini, D. Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan.
- Jalaludin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 40-48.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Laksana, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. In *Graha Ilmu* (p. 208). CV. Alfath Zumar. <http://grahailmu.co.id/previewpdf/978-979-756-346-2-385.pdf>
- Lesmana, Rosa, dan Ratnasari. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayana Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa". *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 2(2), 115-129.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(2), 1-9.
- Maharani, R. A. N., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235-242.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen calabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa SEA Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 32-39.
- Mubarok, M. H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen Eiger di Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Musyaffa, N., & Ngatno, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro Pt. Kai Daop Iv Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 37-46.
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa 85 Di Pandeglang Banten. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 313-318.
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan promosi e-commerce terhadap kepuasan konsumen shopee. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27-39.
- Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: SURVEY PADA SALAH SATU PERUSAHAAN SEPEDA DI KOTA BANDUNG. *Majalah Bisnis & Amp*, 56-68.

- Richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). Kepuasan Konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Rizayanti, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte di Pidie Jaya (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala management business journal*, 4(2), 847-868.
- Saputra, S., & Apriliani, A. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan post service follow up (psfu) terhadap kepuasan pelanggan di pt. Astra international tbk-toyota sales operation (tso) auto2000 cabang pa asteurota bandung. *Pro Mark*, 12(2).
- Shinta, A. (2019). Manajemen pemasaran. Universitas Brawijaya Press.
- Siswanto, 2021. Pengantar Manajemen. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M., & Kristiadi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Sushimas. *EDUTURISMA*, 5(1).
- Sugiyono, Prof. Dr. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. 2nd ed. edited by M. Dr. Ir. Sutopo S.Pd. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Supomo, R dan Eti Nurhayati. 2018. Manajemen, Yrama Widya, Bandung
- Syah, A., & Pratama, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Holland Bakery Pamulang). *Jurnal Guru Kita PGSD*, 4(3), 11-19.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran: Penerbit Andi Yogyakarta
- Utama, A. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Nilai Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Traveloka) (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wahyuni, K. I., & Syamsudin, M. (2021). Analisis Kepuasan Pasien Rawat Jalan terhadap Pelayanan Kefarmasian di Instalasi Farmasi. *Jl-KES (Jurnal Ilmu Kesehatan)*, 5(1), 26-32.