

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA KEDAI & CAFE FCB KONTAINER KUPANG)

The Influence Of Product And Service Quality On Consumer Satisfaction (Studies On Stores & Café Fried Chicken Brottus, Container City Of Kupang)

Sherly Siokain^{1,a)}, Ronald P. C. Fanggidae^{2,b)}, Merlyn Kurniawati^{3,c)}, Paulina Y. Amtiran^{4,d)}

^{1,2,3,4}) Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} sherlysiokain11@gmail.com, ^{b)} markusbunga@staf.undana.ac.id,
^{c)} merlin.kurniawati@staff.undana.ac.id, ^{d)} paulinaamtiran@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai & Café Fried Chicken Brottus, Kontainer-Kota Kupang, (2) Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai & Café Fried Chicken Brottus, Kontainer-Kota Kupang, (3) Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai & Café Fried Chicken Brottus, Kontainer-Kota Kupang. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik Simple Random Sampling. Pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linieritas dan uji multikolonieritas. Metode analisis data dengan regresi linear berganda. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Kualitas Produk dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kualitas Konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Pelayanan

PENDAHULUAN

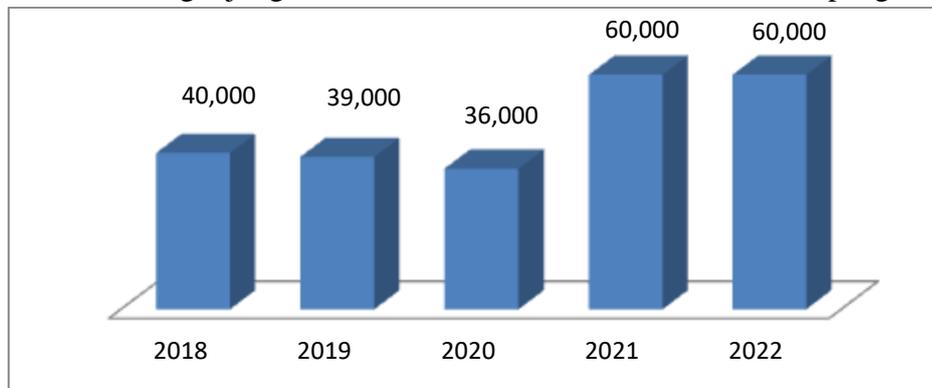
Sejalan dengan perkembangan bisnis di Indonesia, maka Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian bisnis jasa yang semakin maju dan pesat menyebabkan peran pemasaran sangat penting dalam menunjang kemajuan bisnis kuliner. Salah satu bisnis kuliner yang sedang mengalami kemajuan yang sangat pesat adalah bisnis kuliner makanan. Bisnis kuliner makanan di Indonesia berkembang semakin cepat, hal ini membuat bisnis kuliner makanan menjadi lebih dinamis terhadap perubahan pasar yang ada. (basith dkk., 2014)

Kuliner di Kota kupang bisa dibilang lengkap, dari yang tradisional hingga modern, dari lokal hingga internasional. kuliner lokal salah satunya adalah Ayam geprek. Ayam geprek merupakan makanan yang sudah ada di hampir kota-kota yang ada di Indonesia. Kedai & Café FCB Kontainer adalah salah satu tempat yang menjual ayam geprek sejak tahun 2016. Bukan hanya ayam geprek tetapi juga menu lainnya. Sekarang telah cukup familiar dengan nama ayam geprek, Indriyani (2023) mengatakan bahwa jenis makanan dengan bahan dasar ayam semakin meningkat, hal ini ditandai dengan banyaknya variasi produk yang muncul dari

inovasi pengusaha untuk memberika pilihan ayam goreng dengan berbagai pilihan sambal dengan beberapa tingkatan (level). Trend masyarakat yang menyukai cita rasa pedas seehingga pemasaran berusaha memberikan keinginan masyarakat. Berikut data pengunjung di Kedai & Café FCB Kontainer

Gambar 1.

Data Pengunjung di Kedai & Cafe FCB Kontainer Kota Kupang



Sumber: Kedai & Cafe FCB Brottus 2022

Setelah melakukan observasi langsung ke Kedai & Café FCB di Jl. W.J.Lalamentik Kupang, mendapati kedai ini selalu ramai di malam hari dikunjungi oleh konsumen terutama hari sabtu dan minggu. Tentunya banyak konsumen ini mewakili banyaknya kesan dan testimony yang timbul dengan kualitas produk dan pelayanan konsumen. Setelah melakukan wawancara dengan salah satu pengunjung Kedai & Café FCB Kontainer mengemukakan pendapat bahwa menu ayam geprek yang ada sesuai dengan selera walaupun menurutnya Ayam Gepreknya kurang krispi akan tetapi pelayanan waktu penyajian makanan cukup lama. dan itu dibenarkan oleh penangung jawab yang ada di situ menjelaskan bahwa kini perusahaan masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Beliau juga menyadari masih ada banyak kekurangan yang dialami contohnya masih ada beberapa konsumen yang kempelin dengan rasa makanan yang disajikan terutama ayam yang kurang krispi, bumbu pada ayam geprek yang menurut konsumen juga kurang rasa bumbunya serta pelayanan waktu penyajian makanan cukup lama karena dalam proses pembuatan serta kurangnya karyawan. Selain itu Kedai & Café FCB Kontainer juga belum pernah melakukan survey terkait kepuasan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut (Surachman.,2008:1) pemsaran merupakan ujung tombak kegiatan bisnis yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan, khususnya perusahaan yang memiliki tujuan untuk memperoleh laba, memperbesar volume penjualan, mengiginkan pertumbuhan, memiliki pangsa pasar yang terus meningkat dan memuaskan sekaligus menciptakan pelanggan yang loyal. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhannya sehingga terjual sendiri. Idealnya,

pemasaran harus menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Dengan demikian yang dibutuhkan hanyalah memastikan produk dan jasa tersedia”.

Jasa

Menurut (Lupiyoadi.,2006:84) dalam mendiskusikan produk dan jasa sering kali terjadi kerancuan penggunaan terminologi yang ada. Kata ‘produk’ sebenarnya lebih mengacu pada keseluruhan konsep atau objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. sedangkan istilah ‘barang’ dan ‘jasa’ adalah merupakan subkategori yang digunakan untuk menggambarkan dua jenis produk. Istilah ‘barang’ banyak digunakan untuk menyebut produk hasil manufaktur.

Kualitas Produk

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Menurut (Tjiptono & Chandra.,2017:231) menjelaskan bahwa produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh konsumen.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2014:231) adalah adalah karakteristik produk jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Dalam penelitian yang dilakukan (Shaharudin dkk., 2011) yang digunakan untuk mengukur kualitas produk makanan (food quality) terdapat empat dimensi, yang antara lain adalah:

1. Kesegaran (*freshness*).
Kesegaran adalah salah satu faktor kualitas yang perlu difokuskan oleh tim manajemen dalam industri makanan untuk melayani pelanggan mereka pada standar kualitas yang tepat yang diperlukan. kesegaran mengacu pada kerenyahan, juiciness, dan aroma makanan.
2. Penyajian (*Presentation*)
Penyajian dikaitkan dengan bagaimana makanan dipersiapkan dan disajikan kepada pelanggan. Ini adalah bagian dari wujud nyata dan berhasil menyajikan makanan yang tampak bagus dan dihias dengan baik dapat merangsang persepsi kualitas pelanggan.
3. Rasa (*Taste*)
4. Setiap manusia memiliki kesempatan untuk mencicipi selera makanan yang berbeda di seluruh dunia. Rasa dari suatu jenis makanan tergantung pada budaya dan lokasi geografis. Rasa makanan telah menjadi cita rasa bagi setiap manusia di planet ini.
5. Makanan Inovatif (*Innovative food*)
Berinovatif dalam bidang makanan yang ditawarkan membuat konsumen tidak bosan dengan produk yang monoton sehingga konsumen memiliki banyak pilihan

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu komponen penting yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat menghindari kemungkinan pelanggan lama untuk pindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan yang baik bisa diberikan ketika perusahaan bisa mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan dan mempraktekannya langsung dengan tindakan yang nyata.

Menurut (Sugita et al., 2017) bahwa kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen, layanan dapat diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik berupa hubungan, kecepatan dan keramahatamahan dengan sifat ini dapat memberikan pelayanan dan kepuasan konsumen.

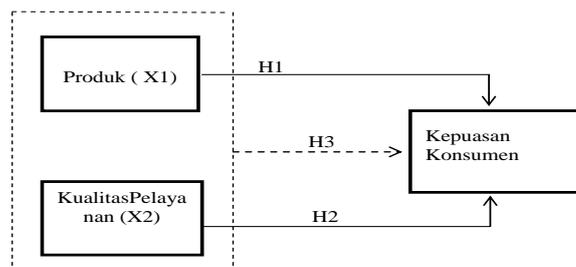
Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut (Supranto., 2011:224) adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, kinerja suatu barang sekurang kurangnya sama dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen menurut (Tjiptono., 2015:25) adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk.

Definisi – definisi tersebut dapat dilihat kesamaan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen atas penggunaan produk barang atau jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi dengan kata lain, jika konsumen merasa apa yang diperoleh lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak puas. Jika apa yang diperoleh konsumen sama dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan puas, jika apa yang diperoleh konsumen melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa sangat puas.

KERANGKA BERPIKIR

Kualitas produk merupakan kelebihan atau keistimewaan yang dimiliki oleh suatu produk dalam menjalankan fungsinya untuk memuaskan kebutuhan. Pelayanan merupakan sesuatu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan apa yang diharapkan konsumen.



Gambar 2.
Kerangka Berpikir

Keterangan:

—————> : Parsial

-----> : Simultan

Hipotesis

- H1** : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
H2 : Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
H3 : Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Kedai & Cafe FCB Kontainer. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan *sampling* (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi. penelitian ini menggunakan populasi rata-rata per hari yaitu 100×365 hari (setahun) = 36.500

Teknik pengambilan sampel *probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggotasampel. Teknik *probability Sampling* yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono.,2013:152). penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Siregar.,2012:61) jadi didapat sebanyak 100 responden.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Teknik pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 26

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas tiap butir pertanyaan pada kuesioner yang telah dirancang. Suatu butir pertanyaan diaktakan valid apabila nilai korelasi (r_{hitung}) dari butir pertanyaan tersebut $> r_{tabel}$. Diketahui nilai r_{tabel} pada penelitian ini yaitu 0,1966 yang diperoleh berdasarkan tabel r (*pearson product moment*) dengan melihat pada kolom nilai N 100 dan kolom 2- tailed. Berdasarkan hasil penelitian seluruh nilai $r_{hitung} > 0,1966$ (r_{tabel}). Sehingga disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan telah valid.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, maka kuesioner penelitian

bersifat reliable. Diketahui pada hasil penelitian ini bahwa kuesioner bersifat reliabel, karena seluruh nilai *Cronbach's Alpha* dari ketiga variabel lebih besar lebih besar dari 0,60.

Tabel 1.
 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.853	5.785		5.679	.000
	Kualitas Produk	-.041	.092	-.044	-.450	.654
	Pelayanan	.168	.059	.279	2.859	.005

a. Dependent Variable: Kpuasan Konsumen

Sumber: hasil olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 1. dapat di ketahu bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 32,853 + (-0,041) + 0,168$$

Tabel 2.
 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	T hitung	Signifikansi 5%	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	-0,450	.654	H ₁ ditolak
Pelayanan (X2)	2,859	.005	H ₂ diterima

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Dari tabel di atas dapat disimpulkan

1. Pengaruh X1 terhadap Y

Diketahui nilai sign 0,654 > 0,05 dan nilai t hitung -0,450 < 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 terhadap variabel Y.

2. Pengaruh X2 terhadap Y

Diketahui nilai sign 0,005 < 0,05 dan nilai t hitung 2,859 > 1,982, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X2 terhadap Y.

Tabel 3.
 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.532	2	51.266	4.113	.019 ^b
	Residual	1209.108	97	12.465		
	Total	1311.640	99			

a. Dependent Variable: Kpuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: hasil olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y

Diketahui nilai sign $0,019 < 0,05$ dan nilai F hitung $4,113 > 3,10$ F tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y.

Tabel 4.
Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.280 ^a	.078	.059	3.53058
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk				

Sumber: hasil olah data SPSS, 2023

Dari tabel 4. *Model Summary* dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,059 atau 59%. Hal ini dapat diartikan bahwa 0,059 atau 59% Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Produk (X1) dan Pelayanan (X2) secara simultan dan kemungkinan sisanya sebesar 41% (100-59%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil pengujian pada hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak. Karena bagi konsumen, kualitas produk mempunyai empat dimensi menurut Shahrudin, dkk (2011) yang harus diperhatikan yaitu kesegaran (*freshness*), penyajian (*presentation*), rasa (*taste*), makanan inovatif (*innovative food*), dari keempat dimensi, ada yang membuat konsumen kurang puas mungkin dari kesegaran makanan atau penyajian makanan, cita rasa yang masih kurang atau inovasi dari makanan tersebut. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen.

Menurut (Rina, 2022) konsumen diharapkan dan dituntut untuk mengetahui tentang kualitas produk dalam segala aspek. Berdasarkan hal ini, untuk membuat kepuasan konsumen, maka seorang konsumen harus mengetahui kualitas produk, dalam artian apabila kualitas produk baik maka kepuasan konsumen dapat terjadi dan sebaliknya jika kualitas produk maka kepuasan konsumen sulit untuk terjadi.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian dari (Basith dkk., 2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan survey pada pelanggan *De’pans pancake dan waffle* di kota malang”), (Saraswati dkk., 2014), “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan survey pada pelanggan *Coffe Shope Starbucks* di Surabaya dan Kuala Lumpur”, yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hal ini bisa terjadi, karena waktu dan tempat penelitian yang berbeda, dan adanya perbedaan jumlah sampel penelitian yang digunakan.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pada hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen karena kualitas pelayanan merupakan

segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen (Sugita et al., 2017). Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen (Sunyoto., 2012:236). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa yaitu, bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh Kedai & Café FCB Kontainer sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Apabila Kedai memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan, maka konsumen merasa puas begitu juga sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen tidak akan merasa puas. Kualitas pelayanan yang baik yang ditawarkan pada konsumen merupakan daya tarik konsumen untuk tetap setia berkunjung lagi. Menurut (Rina., 2022) pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan merasa puas karena pada hasil tabulasi data pada kolom setuju dan sangat setuju konsumen menunjukkan kepuasan pada pelayanan. Jika pelayanan berjalan dengan baik maka akan mendukung kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian (Ananda, 2018) dan (Hutomo, 2014) yang menyatakan bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa Pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen. Untuk memuaskan konsumen diperlukan strategi perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk dan pelayanan konsumen dengan sebaik-baiknya dimensi kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi kualitas produk meliputi kesegaran (*freshness*), penyajian (*presentation*), rasa (*taste*), makanan inovatif (*innovative food*) dan kualitas pelayanan meliputi bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Kepuasan pelanggan atau (*Customer Satisfaction*) atau sering disebut juga dengan total Customer Satisfaction, bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas. Begitu juga dengan kualitas adalah kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler & Keller., 2016:153) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antar kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kualitas produk akan mempengaruhi kepuasan konsumen, apabila kualitas produk yang baik maka kepuasan konsumen dapat terjadi tetapi jika kualitas produk tidak baik maka kepuasan konsumen tidak akan terjadi. Pelayanan merupakan salah satu hal yang menentukan kepuasan konsumen oleh karena itu jika pelayanan yang diberikan baik dan sesuai dengan keinginan konsumen maka akan ada kepuasan yang terjadi akan tetapi jika pelayanan yang diberikan tidak baik atau tidak sesuai keinginan konsumen maka tidak akan ada kepuasan konsumen. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen . Asumsi hal ini terjadi karena dalam empat dimensi kualitas produk meliputi kesegaran(*freshness*), penyajian(*presentation*), rasa(*taste*), makanan inovatif(*innovative food*). Yang mana kualitas produk dalam makanan yang mungkin dari segi cita rasa, kesegaran, penyajian, tampilan serta inovasi dari makanan yang mungkin tidak sesuai dengan selera atau keinginan konsumen mengakibatkan konsumen merasa kurang puas dengan kualitas produk yang ada serta ada banyaknya pesaing seperti Geprek Benu dan pedagang kaki lima yang menjual Ayam Geprek.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen . karena adanya dimensi pelayanan yang meliputi bukti langsung(*tangible*), kehandalan(*reliability*), ketanggapan(*responsiveness*), jaminan(*assurance*), empati(*empathy*). Yang mana perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan dimensi pelayanan yang membuat konsumen merasa nyaman atau sesuai dengan kemauan konsumen sehingga membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan tersebut. Maka dari itu pelayanan merupakan salah satu penting dalam kepuasan konsumen
3. Kualitas Produk dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Untuk memuaskan konsumen diperlukan strategi perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk dan pelayanan konsumen dengan sebaik-baiknya dimensi kepuasan produk meliputi kesegaran(*freshness*), penyajian(*presentation*), rasa(*taste*), makanan inovatif(*innovative food*) dan kualitas pelayanan meliputi bukti langsung(*tangible*), kehandalan(*reliability*), ketanggapan(*responsiveness*), jaminan(*assurance*), empati(*empathy*). Maka dari itu semakin baik kualitas produk dan pelayanan maka akan semakin baik pula kepuasan yang diberikan konsumen.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Diharapkan bisa memberikan acuan dan kontribusi serta tambahn informasi dan bahan kajian bagi yang berminat dibidang pengetahuan dan wawasan tentang kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Manfaat Praktis
Bagi Penelitian Selanjutnya Hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian seperti kualitas produk, pelayanan dan kepuasan konsumen, sehingga dapat diperoleh variabel-variabel lain yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.
Bagi Perusahaan Pihak Kedai & Café FCB Kontainer sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan seperti kualitas rasa makanan, kebersihan/higienis, kualitas atau tampilan dan varian menu, tampilan, dan inovasi baru, mengigat koefisien kualitas produk yang ditawarkan masih kurang memuaskan dimata konsumen, dengan meningkatkan

kualitas produk maka kepuasan konsumen akan menjadi lebih baik sehingga bisa menarik konsumen dan mempertahankannya sehingga konsumen tidak akan berpindah pada pesaing lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ananda Risky. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Bengkel Sisam Pematangsiantar. *Jurnal SULTANIST*, ISSN: 2338.
- Basith, Abdul, Srikandi Kumadji, dan K. H. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan De’Pans Pancake and Waffle di Kota Malang). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 11 (1):1-8.
- Hutomo Agyl Satrio, Krezz, T., & Bekasi, C. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi *)
- indriyani Susi, Yusda Derina Desi, Helmita, (2023). Pengaruh Pelayanan dan inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Lampung.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P and K. L. K. (2016). *A Framework For Marketing Management*. Person.
- Lupiyoadi. R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Penerbit Salemba Empat : Jakarta
- Saraswati, P. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Coffee Shop Starbucks Di Surabaya Dan Kuala Lumpur). *14(1)*, 1–8.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). “Food Quality Attributes Among Malaysia’s Fast Food Customer.” *International Business and Management*, Vol. 2, no, 198–208.
- Sirega, Sofyan. 2012. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Bumi Aksara
- Sugita, p., Irwanto, I., Bayu, I., & Syahbirin, G. (2014). Study Of Compound From Trengguli Leaves Methanolic Extract (Cassia Fistula). *Asia Pacific Journal Of Research*, Vol: I Iss.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta : CAPS.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan Keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. . (2017). *Pemasaran Strategik (3rd ed)*. Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi Empat*, Yogyakarta : C.V Andi Offset.