

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang)

Amalia Damayanti¹, Wahyu Hidayat², Sari Listyorini³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

¹Email : amaliadamayanti586@gmail.com

Abstract: Waroeng Cowek Ireng, Lamper Tengah Branch is one of the culinary businesses located in Semarang. Based on existing data, it is known that the number of sales and visitors at Waroeng Cowek Ireng, Lamper Tengah Branch has decreased from 2020 to 2021 and there are negative reviews from consumers regarding the quality of the products and the quality of the services provided, so it is suspected that there has been a decrease in product quality and service quality which results in customer satisfaction at Waroeng Cowek Ireng, Lamper Tengah Branch not by consumer expectations. Explanatory research is conducted using non-probability sampling techniques as well as accidental and purposeful sampling methods. Data collection using questionnaires distributed at the research location and outside the research location. The samples taken amounted to 96 of the consumers of Waroeng Cowek Ireng, Lamper Tengah Branch. The results showed that product quality and service quality partially and simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction. The suggestion of this study is that there need to improvement in terms of promotions, product consistency, product excellence, product appearance, service delivery, and facilities so that consumers feel satisfied with the products and services obtained.

Keywords : Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak : Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah adalah salah satu usaha kuliner yang berlokasi di kota Semarang. Berdasarkan data yang ada diketahui jumlah penjualan dan pengunjung pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga 2021 serta masih terdapat adanya ulasan negatif dari konsumen terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga diduga terjadi penurunan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mengakibatkan kepuasan konsumen pada waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah belum sesuai dengan harapan konsumen. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *Accidental Sampling* serta *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar di lokasi penelitian maupun di luar lokasi penelitian. Sampel yang diambil berjumlah 96 dari konsumen Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Saran penelitian ini yaitu perlu adanya peningkatan dari segi promo, konsistensi produk, keunggulan produk dan penampilan produk, peningkatan pemberian pelayanan dan fasilitas, sehingga konsumen merasa puas dengan produk serta pelayanan yang diperoleh.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Lima puluh tahun terakhir perkembangan bisnis semakin cepat dan dinamis. Hal ini dikarenakan zaman era globalisasi yang banyak membawa perubahan dan kemajuan dalam dunia bisnis. Perubahan yang terjadi diikuti dengan gaya hidup konsumen yang terus berubah-ubah, pola pikir masyarakat terus berkembang dan kemajuan teknologi. Tentunya, hal ini mendorong terciptanya ide-ide baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Salah satunya bisnis di bidang kuliner.

Kondisi persaingan yang semakin ketat dan kompetitif tidak luput pula pada bidang bisnis kuliner yang mana menuntut para pelaku bisnis untuk peka terhadap segala perubahan yang terjadi dan mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya sebagai bentuk pemenuhan orientasi kepada kepuasan konsumen yang merupakan sebagai tujuan utama. Fenomena menjamurnya bisnis kuliner di Kota Semarang dapat dilihat sebagai penanda bahwa minat para pelaku usaha semakin bergairah. Berdasarkan data dari www.semarangkota.go.id UMKM bidang kuliner setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan perkembangan jumlah UMKM bidang kuliner di Kota Semarang

Tabel 1. Perkembangan Jumlah UMKM Bidang Kuliner di Kota Semarang 2017-2021

Tahun	Jumlah	Perubahan	Persentase
2017	3.436		
2018	4.648	+ 1.212	26,07
2019	5.575	+ 927	19,94
2020	5.750	+ 175	3,13
2021	7.390	+ 1.640	28,52

Sumber : <http://www.semarangkota.go.id>

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan adanya peningkatan pada jumlah UMKM bidang kuliner yang tersebar di Kota Semarang. Jumlah UMKM bidang kuliner mengalami peningkatan dari tahun 2017-2021 yang menandakan bahwa pertumbuhan persaingan di bidang bisnis kuliner semakin ketat dan kompetitif, walaupun pada akhir tahun 2019-2021 terdapat pandemi covid19, hal ini tidak mempengaruhi peningkatan jumlah UMKM bidang bisnis kuliner.

Meningkatnya jumlah UMKM bidang bisnis kuliner di Kota Semarang, salah satunya berada di wilayah Lamper Tengah yang dekat dengan Waroeng Cowek Ireng baik sejenis maupun tidak sejenis dapat menjadi pesaing perusahaan mereka sehingga diasumsikan penurunan penjualan dan pengunjung suatu perusahaan karena semakin banyaknya pesaing, dikarenakan semakin banyaknya pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk dan pelayanan yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hal ini mengakibatkan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk melihat dari kinerja yang diberikan oleh perusahaan. Berikut data jumlah penjualan yang dimiliki oleh Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah dari 2017-2021.

Tabel 2. Data Jumlah Penjualan Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah 2017-2021

Tahun	Jumlah Penjualan	Perubahan	Persentase
2017	Rp 474.985.000		
2018	Rp 619.223.500	Rp 144.238.500	30,36%
2019	Rp 746.138.500	Rp. 126.915.000	20,49%
2020	Rp 485.072.000	-Rp 261.066.500	-34,98%
2021	Rp 408.178.000	-Rp 76.894.000	-15,85%

Sumber : Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah, 2022

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat penjualan Waroeng Cowek Ireng cabang Lamper Tengah setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun dalam 2 tahun terakhir yakni tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan tingkat penjualan sehingga diartikan selama kurun waktu dua tahun mengalami penurunan penjualan secara drastis. Penurunan jumlah penjualan yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021 disebabkan oleh beberapa alasan salah satunya karena pandemi covid19 yang menyebabkan para konsumen lebih memilih untuk memasak sendiri di rumah daripada membeli atau makan di luar demi menjamin ke higienisan makanan

yang dikonsumsi. Hal ini membuat terjadinya perubahan pada pola konsumsi konsumen dan perilaku konsumen dalam memilih produk menjadi selektif sehingga penjualan menurun.

Selain mengalami penurunan tingkat penjualan, Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah juga mengalami penurunan tingkat pengunjung. Berikut data pengunjung Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah dari 2017-2021.

Tabel 3. Data Jumlah Pengunjung Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah 2017-2021

Tahun	Jumlah Pengunjung	Perubahan	Presentase
2017	18.860		
2018	19.238	378	2,00%
2019	20.178	940	4,88%
2020	12.669	-7.509	-37,21%
2021	9.435	-3.234	-25,52%

Sumber : Waroeng Cowek Ireng, Cab. Lamper Tengah, 2022

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Waroeng Cowek Ireng mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun dalam 2 tahun terakhir yakni tahun 2020 hingga 2021 mengalami penurunan tingkat pengunjung sehingga diartikan selama kurun waktu dua tahun mengalami penurunan pengunjung secara drastis. Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021 disebabkan oleh beberapa alasan salah satunya karena pandemi covid19, dikutip dari kominfo.go.id bahwasannya menindaklanjuti adanya Virus Covid19 maka pemerintah menerbitkan kebijakan berupa pemberlakuan batasan kegiatan makan/minum ditempat dan diikuti dengan pembatasan jam operasional yang mana Waroeng Cowek Ireng menerapkan kebijakan tersebut serta melakukan pengurangan jam operasional dari jam 11:00-21:30, menjadi 11:30-20:30, kemudian berubah lagi menjadi 11:00-21:00 hingga sekarang. Kemudian pada tahun 2021 selama kurang lebih satu bulan terjadi penutupan jalan menuju arah Waroeng Cowek Ireng, hal ini juga diasumsikan dapat menjadi penyebab penurunan pengunjung dikarenakan menyulitkan konsumen menuju ke lokasi.

Berdasar pada ulasan keluhan konsumen terkait dengan kualitas produk dan kualitas memperjelas bahwa konsumen Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah mengeluhkan terkait aspek produk dimana makanan yang disajikan rasanya masih sering berubah-ubah seperti kelebihan bumbu-bumbu dan penyedap rasa, porsi makanan tidak konsisten, penampilan makanan yang kurang sesuai dengan gambar yang diekspetasikan, makanan terlalu kering serta dari tekstur makanannya masih kurang. Pada segi aspek pelayanan dimana karyawan selama memberi pelayanan masih kurang ramah dan tidak teliti, karyawan kasir melakukan kecurangan, waktu penyajian pemesanan lama, fasilitas pendukung masih kurang serta bau selokan. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Hal ini tentunya mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, meningkatnya usaha bisnis di bidang kuliner setiap tahunnya sebagai penanda bawa persaingan antara perusahaan sejenis dan tidak sejenis semakin kuat. Hal ini diasumsikan semakin banyaknya pesaing, tentu semakin variatif pilihan bagi konsumen dalam menentukan produk yang sesuai dengan harapan dilihat dari kinerja yang diberikan perusahaan. Penurunan jumlah penjualan dan pengunjung yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021 disebabkan oleh beberapa alasan salah satunya karena pandemi covid19 yang menyebabkan para konsumen lebih memilih untuk memasak sendiri dirumah daripada membeli atau makan, penerapan kebijakan pemerintah yakni pemberlakuan batasan kegiatan makan/minum ditempat dan diikuti dengan perubahan jam operasional. Masih terdapat banyaknya ulasan keluhan konsumen diartikan bahwa kualitas produk dan pelayanan yang diberikan masih kurang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Tentu hal ini penting

bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanan guna memenuhi harapan dan terciptanya perasaan puas konsumen, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang, untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang dan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang.

Kerangka Teori

Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian setelah melakukan pembelian produk atau jasa dimana alternatif yang dipilih setidaknya memberikan hasil yang sesuai atau bahkan melampaui harapan konsumen.

Kualitas Produk (X1)

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kualitas produk adalah gabungan antara sifat dan karakteristik yang menunjukkan atau menilai sejauh mana output yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

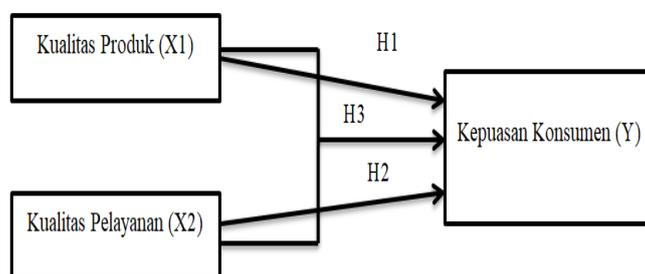
Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Parasuraman et.al (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka peroleh. Pada hakekatnya harapan yang diperoleh konsumen sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan perusahaan kepada konsumennya.

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang
H2 : Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang
H3 : Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah Semarang



Gambar 1. Kerangka Hipotesis

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *Accidental Sampling* serta *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar di lokasi penelitian maupun di luar lokasi penelitian. Sampel yang diambil berjumlah 96 dari konsumen Waroeng Cowek Ireng

Cabang Lamper Tengah. Kriteria dalam pengambilan sampel terdiri dari konsumen berumur minimal 17 tahun, minimal pernah berkunjung 2 kali secara langsung ke Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah dan responden berdomisili di Kota Semarang. Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F (uji signifikansi).

Hasil dan pembahasan

Berikut pemaparan hasil analisis pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang didapat melalui uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda, uji t serta uji F (signifikansi).

Tabel 4. Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.617	2.322

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4. diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r) yakni sebesar 0.788 artinya kualitas produk memiliki keeratan hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen karena berada pada interval 0,60-0,799. Pada nilai koefisien determinasi (R Square) kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 62,1% sedangkan untuk sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas produk.

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.644	2.663		2.120	.037
1 Kualitas Produk	.648	.052	.788	12.423	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah, 2023

Pada tabel 5. dapat dilihat bahwa hasil pengujian data menunjukkan nilai signifikan adalah 0,00 yang artinya memiliki nilai dibawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Diketahui pula dari tabel tersebut bahwa hasil nilai konstantanya yakni sebesar 5,664 dan nilai koefisien regresi sederhana kualitas produk yakni sebesar 0,648 yang artinya bernilai positif. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maknanya apabila penilaian konsumen terhadap kualitas produk yang diberikan perusahaan mengalami peningkatan, maka penilaian terhadap kepuasan konsumen akan mengalami hal yang sama yakni peningkatan. Pada uji t kualitas produk diperoleh nilai t hitung yakni sebesar 12.423 dan t tabel sebesar 1,9855. Maka diketahui bahwa nilai t hitung ($14,423 \geq t$ tabel (1,9855)), sehingga disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya hipotesis pertama dalam penelitian yakni terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) **diterima**.

Tabel 6. Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.701	2.053

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r) yakni sebesar 0.839 artinya kualitas pelayanan memiliki keeratan hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan konsumen karena berada pada interval 0,80-1,000. Pada nilai koefisien determinasi (R Square) kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 70,4% sedangkan untuk sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan.

Tabel 7. Regresi Linear sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.072	2.384		1.288	.201
	Kualitas Pelayanan	.745	.050	.839	14.958	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7. dapat dilihat bahwa hasil pengujian data menunjukkan nilai signifikan adalah 0,00 yang artinya memiliki nilai dibawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Diketahui pula dari tabel tersebut bahwa hasil nilai konstantanya yakni sebesar 3.072 dan nilai regresi sederhana kualitas pelayanan yakni sebesar 0,745 yang artinya bernilai positif. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maknanya apabila penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan mengalami peningkatan, maka penilaian terhadap kepuasan konsumen akan mengalami hal yang sama yakni peningkatan. Pada uji t kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung yakni sebesar 14.958 dan t tabel sebesar 1,9855. Maka diketahui bahwa nilai t hitung ($14.958 \geq t_{tabel} (1,9855)$), sehingga disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya hipotesis kedua dalam penelitian yakni terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) **diterima**.

Tabel 8. Koefisien Korelasi Berganda Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.764	1.825

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

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8. dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r) yakni sebesar 0.877 artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki keeratan hubungan yang sangat

kuat terhadap kepuasan konsumen karena berada pada interval 0,80-1,000. Pada nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) antara kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen yakni sebesar 0.764 atau 76,4%, sedangkan sisanya sebesar 23,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Tabel 9. Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-.947	2.261		-.419	.676
1	Kualitas Produk	.307	.060	.374	5.098	.000
	Kualitas Pelayanan	.501	.065	.565	7.698	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah, 2023

Pada tabel 3.19 dapat diketahui bahwa analisis regresi berganda memiliki nilai konstantanya yakni sebesar -0,947 sedangkan nilai regresi variabel kualitas produk yakni sebesar 0,307 yang artinya bernilai positif. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai regresi yakni sebesar 0,501 artinya bernilai positif. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Maknanya apabila penilaian konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan mengalami peningkatan, maka penilaian terhadap kepuasan konsumen akan mengalami hal yang sama yakni peningkatan.

Tabel 1. Uji F Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1029.510	2	514.755	154.603	.000 ^b
	Residual	309.646	93	3.330		
	Total	1339.156	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung yakni sebesar 154.603 dan f tabel 3,09. Maka diketahui bahwa nilai F hitung (14.958) \geq F tabel (1,9855), sehingga disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima. Maknanya hipotesis ketiga dalam penelitian yakni terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) **diterima**.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian diatas terkait dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Konsumen Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah, maka dapat ditarik kesimpulan yakni sebagai berikut :

Pertama, kualitas produk (X1) memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini mengungkapkan bila semakin baiknya sifat dan karakteristik suatu produk yang diberikan Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah, maka akan membuat konsumen memberikan penilaian yang puas terhadap produk karena hasil yang didapatkan sesuai dengan harapan konsumen. Kedua, kualitas pelayanan (X2) memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini mengungkapkan bahwasanya semakin baiknya kenyataan dan keinginan konsumen terhadap layanan yang diperoleh dari Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah, maka akan membuat konsumen memberikan penilaian yang puas terhadap pelayanan karena hasil yang didapatkan sesuai dengan harapan konsumen. Ketiga, Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara serentak memengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini mengungkapkan bahwa semakin baiknya sifat dan karakteristik, serta kenyataan dan harapan yang diberikan Waroeng Cowek Ireng Cabang lamper Tengah, maka akan membuat konsumen memberikan penilaian yang puas terhadap produk dan pelayanan karena hasil yang didapatkan sesuai dengan harapan konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan, adapun beberapa saran yang diberikan oleh peneliti dimana harapannya dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan dikedepannya nanti yakni sebagai berikut :

Variabel kualitas produk sudah memperoleh katgeori penilaian baik. Namun, ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan oleh Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah terkait dengan aspek yang masih kurang baik atau berada dibawah. Pertama, sebaiknya resto menawarkan promo lainnya seperti memberikan promo menu khas cowek ireng dalam bentuk setengah porsi dan memberikan variasi menu promo setiap bulannya. Kedua, hendaknya resto menyediakan kotak saran untuk konsumen sebagai sarana penyampaian kritik dan saran terkait dengan pelayanan dan konsistensi kualitas produk. Nantinya, kotak saran ini juga bisa digunakan sebagai sarana evaluasi bagi karyawan. Ketiga, sebaiknya dilakukan inovasi menu baru, misalnya inovasi menu sambal atau menu paket. Keempat, penampilan produk bisa ditingkatkan dengan cara memakai piring anyaman rotan yang beralas daun pisang sehingga memberikan kesan menarik.

Variabel kualitas pelayanan sudah memperoleh kategori penilaian sangat baik. Namun, Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah tetap perlu meningkatkan beberapa aspek kualitas pelayanan. Pertama, restoran sebaiknya meningkatkan jumlah fasilitas pendukung seperti kipas angin dan charging spot. Kedua, restoran sebaiknya meningkatkan ketepatan waktu dalam penyediaan makanan dengan mendahulukan pesanan yang lebih cepat dibuat. Ketiga, cepat tanggap terhadap kebutuhan konsumen dapat ditingkatkan dengan menempatkan karyawan yang selalu siap di area bagian luar untuk menerima tamu dan melayani tamu sehingga konsumen tidak merasa kesulitan ketika ingin mengonfirmasi pesanan. Keempat, kasir sebaiknya mengecek ulang sebanyak 2 kali ketika akan melakukan transaksi pembayaran. Kelima, restoran sebaiknya memfasilitasi karyawan dengan pelatihan untuk mengukur kemampuan mereka. Keenam, sebaiknya disediakan kotak pengaduan konsumen di seluruh sudut restoran. Terakhir, karyawan harus lebih ramah dan sabar dalam menghadapi konsumen.

Variabel kepuasan konsumen sudah memperoleh kategori penilaian sangat baik. Namun, Waroeng Cowek Ireng Cabang Lamper Tengah tetap perlu meningkatkan beberapa aspek yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pertama, terkait kesesuaian produk yang diperoleh sebaiknya bisa ditingkatkan dengan memperhatikan kuantitas produk sebelum dihidangkan sehingga tidak hanya berdasarkan perkiraan saja. Kedua, kesesuaian pelayanan yang diperoleh perlu ditingkatkan terutama dalam hal ketepatan waktu penyediaan dengan lebih ditekankan pada pemberian arahan tim produksi sehingga lebih terstruktur dan efisien waktu. Ketiga, diperlukan adanya peningkatan penambahan jumlah stok persediaan bahan baku untuk menu yang tingkat penjualannya tinggi. Terakhir, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan mushola dan kamar mandi agar konsumen nyaman menggunakan fasilitas yang diberikan.

Peneliti lanjutan dapat melakukan penelitian diluar variabel penelitian ini yaitu promo dan harga baik studi pada konsumen Waroeng Cowek Ireng Cabang lain atau usaha kuliner semacamnya sehingga diketahui variabel lain apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Daftar Referensi

- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 110–121.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi penelitian bisnis : lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS* (edisi 1). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Djiptono, F. (2008). *Strategik Pemasaran*. Tangerang: Pascal Books.
- Fajri, A., & Rosmayani. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Tong Susu di Kota Pekanbaru. *Valuta*, 6(2), 107–117.
- Fitriasshinta, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin. *Journal Of Management and Business Review*, 219-234.
- 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.
- Ibrahim, T., & Rusdiana, A. (2021). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bandung: Penerbit Yrama Widya.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2003). *Indonesian Customer Satisfaction (Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Isaskar, R., & Shinta, A. (2019). Perilaku Konsumen: Model-Model Perilaku Konsumen (Modul 3). *Universitas Brawijaya*, 2–11.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, jilid 2, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Mutashim, M. I., & Slamet, A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 118–132.

- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Raktion, J., & Christian, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen In Heritage. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 790-798.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rivai, A. K., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiana. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffe Shop Rumalaman Tulungagung*.
- Sumarwan, U. (2016). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Taan, H. (2017). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja. In *Zahir Publishing*. Sleman: Zahir Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: CV Budi Utama.