

## Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dimnum.Id

### *The Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction At Dimnum.Id*

Iqbal Tika Angkasa<sup>1</sup>, Fitriani Nur Utami<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, iqbaaltangkasa@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup>Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, utaminurfitriani@telkomuniversity.ac.id

#### Abstrak

Pada zaman sekarang ini, banyak munculnya kuliner-kuliner di Indonesia khusus nya di Bandung yang cukup berkembang pesat dilihat dari meningkatnya jumlah kuliner dalam beberapa tahun terakhir ini. Selain itu juga, di zaman milenial yang berkembang ini, cukup banyak orang-orang penikmat kuliner yang menjadikannya sebagai hobi di sela-sela waktunya. Oleh karena itu, untuk membantu para UMKM kuliner khusus nya kedai dimsum bersaing dengan kompetitor nya dibutuhkan beberapa aspek seperti kualitas layanan dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Dimnum.id. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan Dimnum.id di Kota Bandung. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Seluruh data yang dikumpulkan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan *software IBM SPSS* versi 26. Data dianalisis menggunakan uji deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan. Variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan sebesar 33,9%. Dan secara parsial kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, lalu Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci-kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan

#### I. PENDAHULUAN







Gambar 1 Logo Kedai Dimnum.id

Dimnum.id didirikan pada tanggal 27 Juli 2019 oleh Mahasiswa Telkom University yaitu Iqbal Tika Angkasa yaitu saya sendiri yang biasa dipanggil dengan sebutan "Iqbal" atau "Tangkasa". Lokasi Kedai Dimnum.id ini bertempat di Jalan Peta No. 17 Kecamatan Astana Anyar Kelurahan Pelindung Hewan Bandung.

Awal cerita didirikan Kedai Dimnum.id pada saat itu bukan “Dimnum.id” melainkan “Minum Indonesia” pada awalnya kita hanya jualan produk minuman yang sangat milenial seperti : Milo Choco Lava, Greentea Cheesy, Choco Crunch, Oreo Red Velvet Dll. Lalu mengapa bisa berubah dari “Minum Indonesia” menjadi “ Dimnum.id” dikarenakan pada saat itu brand “Minum Indonesia” belum memiliki makanan maka dari itu kami terinspirasi mengadakan sebuah produk makanan yaitu Dimsum, maka dari itu berganti nama yang berawal dari “Minum Indonesia” menjadi “Dimnum.id”.

A. Produk Perusahaan

No	Nama dan Gambar Produk	Keterangan Produk
1	 <p><b>Thai Tea Cheesy</b></p>	Minuman ini terbuat dari Teh yang berasal dari Thailand lalu dicampur dengan susu kental manis, susu fresh milk, es batu dan krim keju yang sangat cocok jika dipadukan.
2	 <p><b>Green Tea Cheesy</b></p>	Minuman ini terbuat dari The hijau lalu dicampur dengan susu kental manis, susu fresh milk, es batu dan krim keju yang sangat cocok jika dipadukan
3	 <p><b>Milo Choco Lava</b></p>	Minuman ini terbuat dari bubuk Milo yang dipadukan dengan milo sachet yang biasa kita jumpai di warung lalu di dinding gelas nya kita lumuri dengan susu cokelat agar lebih eye catching.
4	 <p><b>Siomay Ayam</b></p>	Dimsum ini terbuat dari daging ayam lalu ada tepung dan kulit dimsum dan jangan lupa dengan bumbu khusus nya yaitu, mayonnaise dan chilli oil.

5



Dimsum ini terbuat dari daging ayam yang dicampur dengan tepung lalu dibalut dengan kulit tahu dan jangan lupa dengan bumbu khusus nya yaitu mayonnaise dan chilli oil.

**Lumpia Kulit Tahu**

6



Dimsum ini terbuat dari daging ayam yang dicampur dengan tepung lalu diatasnya terdapat potongan crab stick dan jangan lupa dengan bumbu khusus nya yaitu, mayonnaise dan chilli oil.

**Siomay Kepiting**

Sumber: Data Internal Perusahaan (2022)

**B. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis kuliner merupakan fenomena yang sangat menarik untuk kita kaji, terlebih di era globalisasi saat ini. Hal ini juga meningkatkan persaingan di industri kuliner, dengan segala macam industri kuliner berjuang untuk menarik konsumen Indonesia untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan. Peluang bisnis kuliner yang semakin meningkat membuat persaingan bisnis kuliner semakin ketat, terutama dalam merebut pangsa pasar. Situasi ini tentu mempengaruhi perusahaan yang sedang menyusun strategi pemasaran yang tepat sebagai bentuk solusi perusahaan dalam menangani persaingan yang terjadi.

Tren data pertumbuhan industri makanan dan minuman setiap tahunnya mulai dari tahun 2011 – 2022, dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



Gambar 2 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2011 - 2022

Sumber : dataindustri.com (2022)

Dari grafik tersebut terlihat dari tahun 2011 – 2022 mengalami kenaikan dan penurunan (tidak stabil) di setiap tahun nya, lalu tahun terendah berada pada tahun 2013, adapun tahun yang mengalami kenaikan cukup pesat pada tahun 2014, lalu pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis dari tahun sebelumnya 2019 dan bisa dipastikan hal itu terjadi dikarenakan Covid-19, sehingga banyak industri makanan dan minuman yang menutup perusahaannya, setelah melewati tahun 2019 banyak industri makanan dan minuman yang bangkit kembali dari penurunan itu sehingga mulai dari tahun 2020-2022 mengalami kenaikan sedikit demi sedikit.

Bandung merupakan tempat kuliner yang sangat unik sehingga tidak asing jika ada banyak macam-macam kuliner di Kota tersebut khususnya untuk kedai Dimsum Berikut ini merupakan Kompetitor Dimsum di Kota Bandung:

Tabel 1 Daftar Kedai Dimsum AYCE Di Kota Bandung

No.	Nama Kedai	Lokasi	Harga	Jam Operasional
1.	Kafetaria Jasmine	Jalan Dayang Sumbi No.10 Babakan Siliwangi	Mulai dari 69k	11:00 – 22:00
2.	Bebas Dimsum	Jalan Teuku Umar, Tenda Kuliner, Bandung	Mulai dari 75k	10:00 – 21:00
3.	BambooDimsum	3raga dan JalanKarangsari	ai dari58k	15:00 – 00:00
4.	GoldenImperial	to No.26, PasirKaliki	lai dari100k	15:00 – 22:00
5.	Dimnum.id	o.17, PelindungHewan	ai dari49k	12:00 – 00:00

Sumber : Pinhome.id (2022)

Tabel 1 diatas menjelaskan ada beberapa kedai *All You Can Eat* dimsum yang ada di Kota Bandung, antara lain Kafetaria Jasmine, Bebas Dimsum, Bamboo Dimsum, Golden Imperial dan Dimnum.id. Penulis memilih Dimnum.id sebagai objek penelitian karena perbedaan dari harga dan jam operasional nya lebih lama dibandingkan kedai lainnya. Kedai dimsum dengan harga murah dan kualitas nya baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena ketika pelanggan bisa merasakan kepuasan nya tersendiri maka kepuasan pelanggan tersebut dapat terpenuhi dengan baik sehingga kemungkinan besar pelanggan akan terus-menerus membeli produk makanan tersebut.

Kepuasan menjadi hal yang sangat penting dengan pengalaman hidup ketika mencoba sebuah produk baik makanan maupun minuman. Hal ini akan menimbulkan pengaruh antara kebutuhan konsumen dengan tingkat kepuasan yang didapatkan. Kotler & Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Kondisi atau gambaran dari kepuasan pelanggan kedai Dimnum.id dapat terlihat dari data grafik penjualan mulai dari Bulan Maret 2021- Bulan Juni 2022 selama 16 Bulan berikut ini:



Gambar 3 Grafik Penjualan Dari Bulan Maret 2021 – Juni 2022  
 Sumber: Data Internal Perusahaan (2022)

Dari grafik tersebut terlihat penjualan di setiap bulan nya mengalami penurunan, penurunan pertama pada bulan April 2021 dan mengalami kenaikan kembali pada bulan Mei 2021 tetapi yang paling buruk pada bulan Juni 2022.



Gambar 4 Grafik Pengunjung Dari Bulan Maret 2021 – Juni 2022  
 Sumber : Data Internal Perusahaan (2022)

Dari grafik tersebut terlihat pengunjung di setiap bulannya mengalami penurunan,penurunan pertama pada bulan April 2021 dan mengalami kenaikan kembali pada bulan Mei 2021 tetapi yang paling buruk pengunjung sangatlah rendah ketika di bulan Juni 2022. Penurunan grafik penjualan dan grafik pengunjung di Dimnum.id bisa disebabkan karena tidak terpenuhi nya kepuasan pelanggan sehingga cukup banyak pelanggan yang sudah melakukan pembelian baik makan di tempat maupun di bawa pulang pelanggan dapat menilai kedai Dimnum.id ini seperti apa.

Fenomena ini diperkuat juga oleh hasil pra survei yang dilakukan ke 30 responden yaitu konsumen dari kedai Dimnum.id yang dapat terlihat di tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Pra Survei Kepuasan Pelanggan Kedai Dimnum.id

No.	Pertanyaan	Keterangan	Alasan
		Ya (11orang)	<p>Harga murah, tempat nyaman,dan pastinya dimsum nya enaakk!!</p> <p>Ownernya cakep, buat harga kiki lima rasa bintang lima</p> <p>Tempatnya cozy walau berisik dengan kendaraan lalu lalang</p> <p>karena lokasinya berada di pinggir jalan</p> <p>Dimsumnya wuenak nampoll</p> <p>Menu dimsum nya lengkap,rasanya asoy geboy Sering” kasih diskonnya!</p> <p>Harga murah kualitas dimsumnya mewah!!!</p> <p>Mantep duh. Dimsum waregnuhun min</p> <p>Harga terjangkau, tempat strategis, rasa ga kalah endulll</p> <p>Harga sesuai bgt di kantong — sukses terus dimsum &gt;</p> <p>Tempatnya enak banget buat nongkrong sama temen dan pasangan</p>
1.	Apakah anda puas dengan kedai dimnum.id ?	Tidak (19orang)	<p>Saya pernah mendapatkan dimsum yang belum matang sempurna (masih ada yang mentah)</p> <p>Karyawan2nya kurang ramah bgt malah anteng sendiri waktu itu cewe yang jaga kasirnya malah sibuk catokan rambut.</p> <p>Awal pas buka saya suka bgt sama dimsum nya dimnum karna emg bener2 enak dan daging nya keras bgt, tapi akhir2 ini porsi dimsum nya agakecil kadang daging nya kurang terasa</p> <p>Mungkin porsinya dibuat agak banyakan supaya jadi porsi kenyang</p> <p>Kak aku dapet dimsum lumpia yang asin banget kok bisa gitu?</p> <p>Emang di dalam dimsum nya tuh ada tulang yang keras nya gitu ya?</p> <p>Kak kemaren kan aku take away dimsum tapi kenapa chillioil sama mayonnaise nya padabocor ?</p> <p>Penyajian lumayan lama, padahal kedainya lagi sepi</p> <p>Pelayanannya kurang ramah, ga murah senyum ah kasirnya jugajutek sama konsumen:)</p> <p>Dimsum nya sedikit kurang matang.. Untuk chili oil nya juga kurang pedes menurut saya.. Makasih</p> <p>Sering banget bukanya telat padahal udah nunggu di</p>

---

depan ehh,malah baru bukanya jam 4

Aku sm suami aku pernh dapet dimsum yg gaada topping nya padahal aku pesen yg siomay keju mozarella eh gaada apa apanya

Kadang kecewa sih kalo ngekukus nya kelamaan kadangkaryawan nya malah sambil main hp...

Aku pernah beli dimsum tp chilli oil nya cmn dikasih 1 parah bgt

Kukus dimsumnya terlalu lamajadi nunggu deh

Pernah waktu lagi rame rame nya covid, malah karyawankaryawan nya ga ada yg sama sekali pake masker,takutnya kan gaada yg tau covid tuh dateng darimana ehehe

Waktu bulan kemaren pernahkedapetan dimsum yg overcook/gosong gitu ygdimsum goreng jadi aga pait waktu dicobain nya:(

Dimsumnya terlalu gosong kalo yg digoreng terus kalo yg kukus terlalu lembek bgt jadi pas dimakan aga kurang keluar rasanya jadi ga kaya biasanya

Adaaa pelayan yang lumayanjutek, kurang ramah ga senyum.

Trs kadang juga dmsum nyaasin

---

Berdasarkan hasil pra survei diatas dapat diketahui kondisi kepuasan pelanggan darikedai dimnum.id. Sebanyak 11 pelanggan dari total 30 pelanggan menyebutkan bahwa mereka sudah merasa puas dengan kedai dimnum.id, alasannya mayoritas dikarenakan karna harganya yang murah dibandingkan tempat dimnum *all you can eat* lainnya. Selain itu beberapa pelanggan merasa puas karena rasa dimsumnya yang enak dan juga tempatnyayang nyaman dan strategis karena berada di pinggir jalan.

Namun ternyata 19 pelanggan lainnya belum merasakan kepuasan tersebut. Hal ini lebih banyak dikarenakan karena rasanya yang tidak konsisten dimana pelanggan mendapatkan dimsum yang terlalu asin, lalu porsi dimsum yang kurang banyak, juga pada saat pengukusan yang terlalu lama kualitas dimsumnya sendiri menjadi lembek atau bahkan ada yang belum matang sempurna.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berbentuk penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2012) dalam Mukramah (2020), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara 2 variabel atau lebih.

### B. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68), variabel operasional penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari obyek maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

1. Variabel Independen (Variabel Bebas), Menurut Sugiyono (2019:69), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan kualitas produk.
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat), Menurut Sugiyono (2019:69), variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

C. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017:151), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2014) dalam Sri (2018), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.

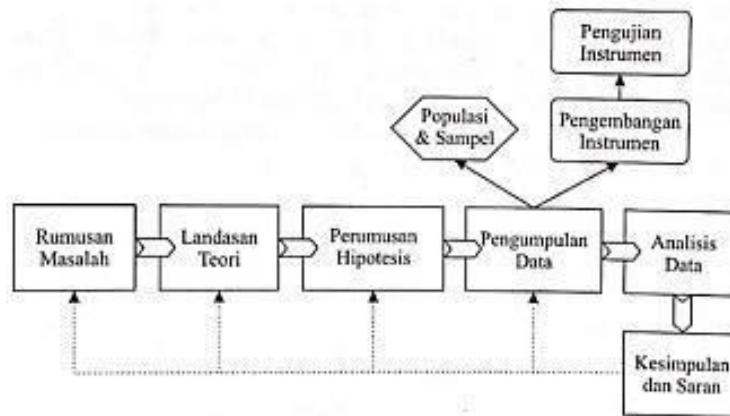
Tabel 3 Instrumen Skala Likert

No	Skala Pengukuran	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:15)

D. Tahapan Penelitian

Menurut Harys (2020) dalam Siregar (2021), tahapan penelitian adalah level atau tingkatan yang bisa disebut juga jenjang dalam penelitian. Berikut gambar tahapan penelitiannya :



Gambar 5 Tahapan Penelitian

Sumber: Sugiyono (2018)

E. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk di kedai dimnum.id. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling menurut sugiyono (2016), didefinisikan sebagai teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik purposivesampling ini karena sesuai untuk digunakan pada penelitian kuantitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2016). Pertimbangan tertentu yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Pelanggan yang berdomisili di Kota Bandung,



2. Pelanggan yang pernah melakukan pembelian di kedai dimnum.id.

#### F. Uji Validitas dan Reabilitas

Berikut Tabel 4 pengujian validitas variabel kualitas pelayanan menggunakan SPSS 23:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas  
Sumber: Data Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 4 menggambarkan rekapitulasi hasil uji validitas dependen dan independen dari 32 pernyataan pada variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan dimana seluruhnya dinyatakan valid yang dapat dilihat dari nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel.

Berikut hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan, sebagaimana pada Tabel 5:

No	Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Cronbach's Standard	Keterangan
1.	Kualitas Layanan (X1)	10	0,701	0,600	Reliabel
2.	Kualitas Produk (X2)	12	0,804	0,600	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,736	0,600	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 5 menggambarkan hasil uji reliabilitas variabel dependen dan independen. Dari semua item pernyataan pada variabel kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan seluruhnya dinyatakan reliabel karena dilihat dari nilai cronbach's alpha yang lebih besar dari cronbach's standard yang sudah ditetapkan yaitu 0,600.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

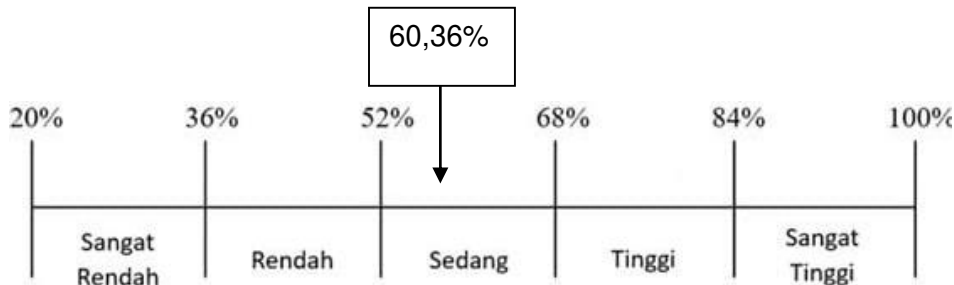
Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dengan objek penelitian yaitu Dimnum.id. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang berdomisili di Kota Bandung dan sudah pernah melakukan pembelian produk di kedai dimnum.id. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang disebar secara online.

Tabel 6 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian

Klasifikasi Kuesioner	Jumlah
Jumlah kuesioner yang disebar	100
Jumlah kuesioner yang kembali	100
Jumlah kuesioner yang sah	100

Sumber: Olah Data Penulis (2022)

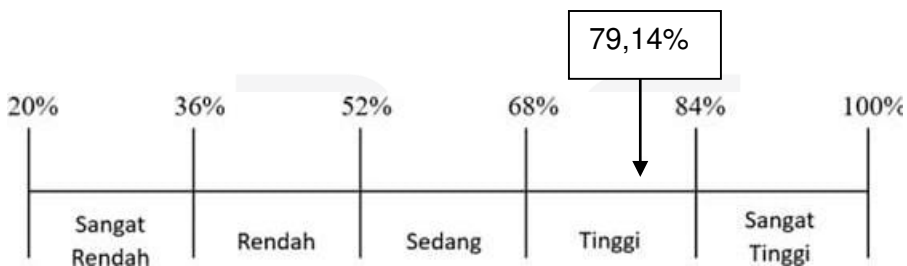
Untuk melihat hasil rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X1) dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Layanan (X1)  
 Sumber: Olahan Data Penulis (2022)

Berdasarkan garis kontinum pada gambar 6 dapat dilihat bahwa hasil keseluruhan untuk variabel Kualitas Layanan (X1) termasuk kedalam kategori sedang dengan nilai persentase sebesar 60,36%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat Kualitas Layanan sedang.

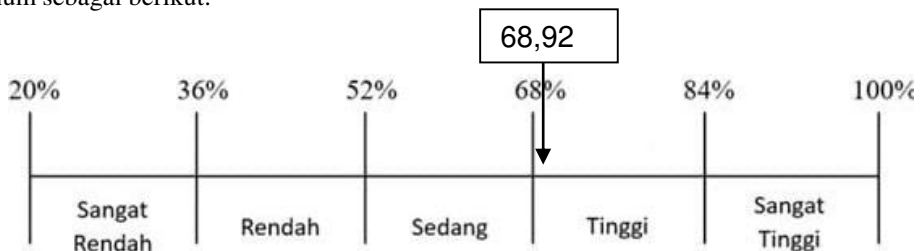
Untuk melihat hasil rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk (X2) dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 7 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk (X2)  
 Sumber: Olahan Data Penulis (2022)

Berdasarkan garis kontinum pada gambar 7 dapat dilihat bahwa hasil keseluruhan untuk variabel Kualitas Produk (X2) termasuk kedalam kategori tinggi dengan nilai persentase sebesar 79,14%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat Kepuasan Pelanggan tidak memenuhi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Untuk melihat hasil rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut:

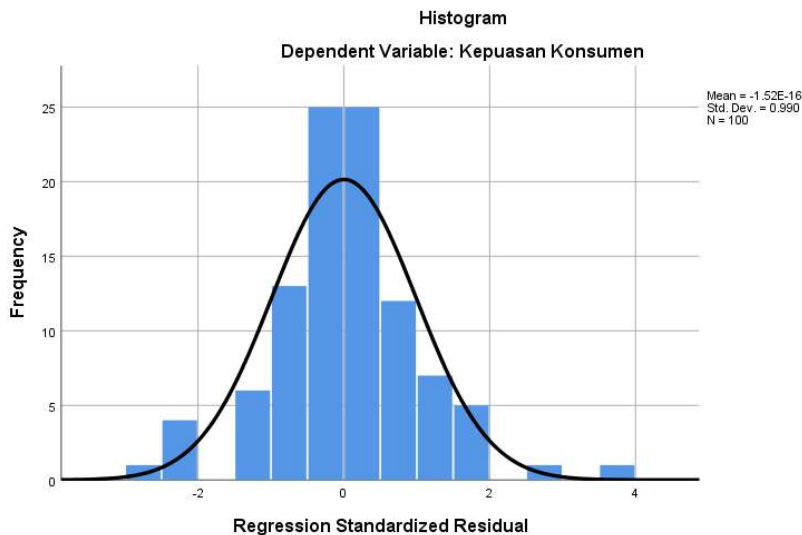


Gambar 8 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)  
 Sumber: Olahan Data Penulis (2022)

Berdasarkan garis kontinum pada gambar 8 dapat dilihat bahwa hasil keseluruhan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk kedalam kategori tinggi dengan nilai persentase sebesar 68,92%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat Kepuasan Pelanggan tinggi.

A. Uji Normalitas

Berikut hasil uji normalitas menggunakan analisis grafik histogram dan grafik *probability plot*:



Gambar 9 Histogram  
Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan hasil grafik histogram pada gambar 9 menunjukkan pola lonceng dan simetris. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 7 Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.26972358
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.075
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.121 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

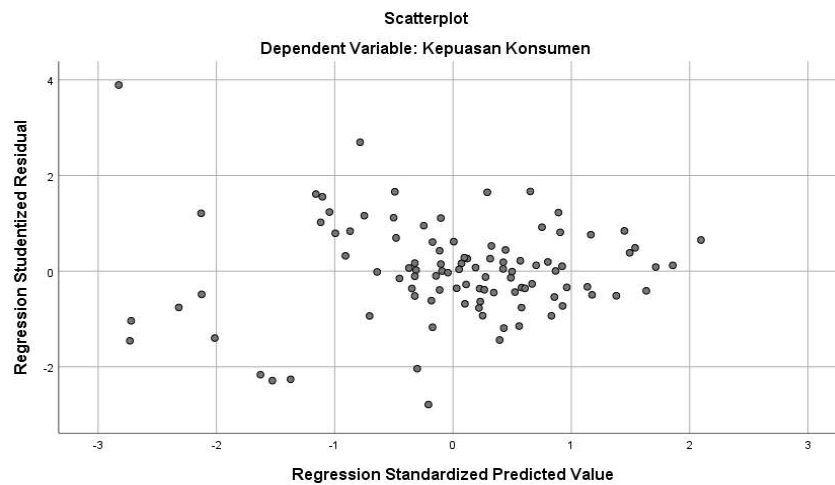
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

B. Uji Heterkedasitas

Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot*:



Gambar 10 Uji Heteroskedastisitas  
Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 10 dapat diketahuibahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

C. Uji Multikolenearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolenearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.017	3.067		4.571	.000		
	Kualitas Layanan	-.182	.140	-.182	-1.298	.197	.346	2.891
	Kualitas Produk	.674	.131	.720	5.128	.000	.346	2.891

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolenearitas pada tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai VIF sebesar  $2.891 < 10$  dan nilai *tolerance* sebesar  $0,346 > 0.1$ . sehingga dapat diartikan dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya masalah multikolenearitas.

D. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2684.801	2	1342.400	24.888	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5232.039	97	53.939		
	Total	7916.840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

**Tabel 9 Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.017	3.067		4.571	.000
	Kualitas Layanan	-.182	.140	-.182	-1.298	.197
	Kualitas Produk	.674	.131	.720	5.128	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

E. Uji Hipotesis

**Tabel 10 Hasil Uji F  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.017	3.067		4.571	.000
	Kualitas Layanan	-.182	.140	-.182	-1.298	.197
	Kualitas Produk	.674	.131	.720	5.128	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

**Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 <sup>a</sup>	.339	.325	7.34429

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

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Tabel 11 di atas memperlihatkan besar nilai R adalah 0,582 dan R square (R<sup>2</sup>) adalah 0,339.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya mengenai variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Dimnum.id hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- A. Dapat disimpulkan dari hasil analisis deskriptif bahwa variabel independen Kualitas Layanan (X1) termasuk dalam kategori sedang.
- B. Dapat disimpulkan dari hasil analisis deskriptif bahwa variabel independen Kualitas Produk (X2) termasuk dalam kategori tinggi.

- C. Dapat disimpulkan dari hasil analisis deskriptif bahwa variabel independen Kepuasan Pelanggan (Y) termasuk dalam kategori tinggi.
- D. Dapat disimpulkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) bahwa variabel independen Kualitas Layanan (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).
- E. Dapat disimpulkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) bahwa variabel independen Kualitas Produk (X2) secara parsial dapat berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).
- F. Dapat disimpulkan dari hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) bahwa variabel independen Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan dapat berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi menunjukkan besaran pengaruh antara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan cukup baik dengan hasil sebesar 33,9%

## REFERENSI

- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang.
- Bahri, S. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN DAN KOBER MIE SETAN DI KOTA MALANG (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Donabella, A. N. (2020). Hubungan Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen pada Hotel di Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Fitriadi, E., & Rini, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Perintis Motor. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 56-70.
- 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.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Index.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing* (12th Edition). Erlangga
- Kotler, & Keller. (2016a). *Marketing Management* (15th Edition).
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TANAMERA COFFEE PACIFIC PLACE. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 1699-1721.
- 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.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).
- Prakosa, G. A., Ciptomulyono, U., & Achmadi, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna KASMDI KBS. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(3), 283-296.
- Pearson Education. Kotler, & Keller. (2016b). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic honda beat (studi kasus mahasiswa/i fakultas ekonomi universitas ekasakti padang)
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- 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*, 10(2), 118-132.