

## Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Beringin Cabang Padat Karya di Pontianak

Refan Cahyadi<sup>1\*</sup>, dan Helman Fachri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

*Journal of Economics and Management Sciences is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*



### ARTICLE HISTORY

Received: 24 June 25

Final Revision: 01 July 25

Accepted: 02 July 25

Online Publication: 30 September 25

### KEYWORDS

Products, Service Quality, Customer Satisfaction, Beringin Restaurant, Culinary Industry

### KATA KUNCI

Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Restoran Beringin, Industri Kuliner

### CORRESPONDING AUTHOR

refancahyadi88@gmail.com

### DOI

10.37034/jems.v7i4.166

### ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of products and service quality on customer satisfaction at the Beringin Restaurant Padat Karya Branch in Pontianak. The research method used is associative research with a quantitative approach. Data were collected through questionnaires and interviews with 100 respondents who met the sample criteria, namely consumers aged at least 18 years who had visited the restaurant at least twice. The results of the validity and reliability tests indicate that all indicators are valid and reliable. Multiple linear regression analysis reveals that product and service quality significantly influence customer satisfaction, with the regression equation  $Y = 1,657 + 0,290X_1 + 0,328X_2$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0,285 indicates that the two independent variables contribute 28.5% to consumer satisfaction, while the remainder is influenced by other factors. The F-test and t-test confirm that both simultaneously and partially, product and service quality have a positive effect on customer satisfaction. The implications of this study emphasize the importance of improving product and service quality to enhance customer satisfaction in the competitive culinary industry.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Beringin Cabang Padat Karya di Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara terhadap 100 responden yang memenuhi kriteria sampel, yaitu konsumen berusia minimal 18 tahun yang telah mengunjungi restoran minimal dua kali. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator valid dan reliabel. Analisis regresi linier berganda mengungkapkan bahwa produk dan kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 1,657 + 0,290X_1 + 0,328X_2$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,285 menunjukkan bahwa kedua variabel independen berkontribusi sebesar 28,5% terhadap kepuasan konsumen, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji F dan uji t mengkonfirmasi bahwa baik secara simultan maupun parsial, produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan kualitas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam industri kuliner yang kompetitif.

### 1. Pendahuluan

Di era modern ini persaingan dunia usaha semakin ketat dan meningkat, salah satunya usaha di bidang kuliner. Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini dikarenakan pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyak restoran-restoran yang bermunculan dengan makanan-makanan yang sejenis dan banyaknya orang berlomba-lomba membuka suatu usaha atau bisnis untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Gaya hidup yang super sibuk saat ini tengah berkembang mendorong masyarakat untuk memilih makanan yang cepat saji dan mudah diperoleh sesuai selera [1].

Hal ini tentunya berdampak pada perkembangan dunia bisnis yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan cukup pesat dan memperlihatkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti restoran, kafetaria, *coffee shop*, restoran yang tersedia di dalam hotel dan lain sebagainya. Tentunya dari perkembangan zaman makan di luar rumah dan makin maraknya manusia melakukan aktivitas di luar rumah. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan keandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang atau jasa [2], [3]. Salah satu usaha yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa,

khususnya jasa waralaba. Contohnya waralaba yaitu Restoran atau Rumah Makan.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak pilihan alternatif untuk produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk [4]. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang menikmati hidangan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya [5]. Untuk itu, upaya perbaikan kualitas layanan maupun kualitas produk akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis [6], [7], [8].

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, orang tempat, organisasi dan gagasan [5]. Diketahui pula, bahwa produk dapat dibedakan ke dalam beberapa macam. Pertama, barang konsumsi, yaitu barang yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi dan barang industri, yaitu barang yang diolah untuk diolah kembali. Dalam definisi secara luas, produk meliputi obyek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran dari semua bentuk-bentuk tadi [9], [10]

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain. Pelayanan merupakan faktor utama dalam mengembangkan suatu bisnis dan pelayanan itu pun menjadi jalan penghubung antara usaha tersebut dan para konsumen [11]. Pelayanan memiliki hubungan erat dengan loyalitas konsumen. Pelayanan menjadi faktor utama seseorang pelanggan menjalin hubungan yang erat, bukan hanya sekedar melayani namun membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan [12].

Kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner merupakan elemen penting yang perlu mendapat perhatian lebih. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Apabila memenuhi harapan, pelanggan puas, dan apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Kepuasan juga akan tergantung pada mutu produk atau jasa yang diberikan [4]. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Kepuasan pelanggan

tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini mengakibatkan kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan.

Kepuasan konsumen adalah elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen [13], [14]. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantarnya-Nya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas [15], [16], serta membentuk rekomendasi positif yang menguntungkan perusahaan tersebut. Hasil yang saya dapat dari konsumen Restoran Beringin adalah konsumen memiliki rasa nyaman saat berkunjung karena tempat yang begitu strategis. Tidak hanya itu, makanan yang disediakan pun bervariasi membuat konsumen merasa puas. Hal itulah yang membuat konsumen terus berkunjung ke Restoran Beringin tersebut.

Berbagai jenis bidang usaha *franchise* menjamur di masyarakat kita saat ini, salah satunya adalah Restoran Beringin yang bergerak dalam bidang industri jasa yang didirikan pertama kali, di Jalan Diponegoro (Saat Ini RM Beringin di dekat Kelenteng) Tahun 1961. Kemudian membuka cabang lagi Tahun 1962, lalu membuka Cabang di Pattimura (sekarang Depan Kaisar) lalu dijual tahun 1964 karena tidak berkembang. Tahun 1969, ia kembali membeli toko dua pintu dengan status HGB di Khatulistiwa Plaza sampai Tahun 2006. Kemudian membeli ruko di Pasar Tengah Tahun 1984 (saat ini status disewakan ke Teras BRI), lalu membeli ruko di Jalan Diponegoro Tahun 1992 dan di Ahmad Yani yang dikembangkan sampai sekarang. Saat ini konsep dari Restoran tersebut adalah keluarga bukan cabang. Jadi mengelola masing-masing, adapun penyebaran keluarga dari anak-anak. Saat ini RM Beringin yang berada di Jl. Ponegoro sudah pindah di Jl. Padat Karya yang menyediakan berbagai macam menu tradisional khas Padang serta masakan Indonesia lainnya. Berikut terdapat beberapa nama Restoran yang berada di Kecamatan Pontianak Tenggara yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Pontianak Usaha Warung Makan Jasa yang Terdaftar Di OSS RBA di Kecamatan Pontianak Tenggara Tahun 2024

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Restoran Putri Raya	Ruko No. 1, Jl. Ahmad Yani, Bangka Belitung Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78111
2	Grill Me BLKI	Bangka Belitung Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat
3	Ariesta Café dan Resto	Jl. Sepakat II No.1, Bansir Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78116
4	Rumah Makan Faza	Jl. Parit H. Husin II No.25a, Bangka Belitung Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78116
5	Savala	Jl. Sungai Raya Dalam 1, Bangka Belitung Darat, Kec. Sungai Raya, Kota Pontianak, Kalimantan Barat
6	Sop Ikan Mr. Afan	Jl. Parit H. Husin II, Bansir Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.
7	Java Jive Café dan Restaurant	Jalan Perdana Ruko Komplek, Jl. Adi Perdana Blok B No. B1, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78115
8	Restoran Sederhana	Jl. Jenderal Ahmad Yani No.1, Bangka Belitung Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78112
9	Café E' Deli	Jl. Reformasi Jalur Perdata No.01, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat
10	CFC SPBU	Jl. Parit Haji Husin II, Gang Wana Bhakti 2, Bangka Belitung Darat, Pontianak Tenggara, Pontianak, West Kalimantan 78111, Indonesia
11	D' Paris Kitchen	Jl. Parit H. Husin II Gg. Amanah No.1, Bangka Belitung Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78116
12	Café & Resto Glean	Jl. Parit H. Husin II, Bangka Belitung Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat
13	Red Blossom	Jl. Media Ahmad Yani Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78113
14	Lamongan Sambal Pecak Mas Agus	Jl. Padat Karya, Bansir Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124
15	Ranels	Jl. Parit H. Husin 2, komp. Permata Griya, Pontianak, Indonesia 78124.
16	My Doi Caffé	Jl. Sungai Raya Dalam II, Bangka Belitung Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78117.
17	Ponti Lok Lok	Jl. Adi Sucipto, Bangka Belitung Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78242
18	Restoran Mahoni	Jl. Imam Bonjol Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat

Tabel 1 menunjukkan bahwa ada 18 pesaing Restoran yang ada di Kecamatan Pontianak Tenggara yang terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kecamatan Pontianak Tenggara tahun 2024. Pada Tabel 1, Restoran beringin harus membuat inovasi-inovasi baru agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Pelanggan akan mencari beberapa perbandingan yang mereka inginkan seperti membandingkan berbagai macam harga antara restoran satu dan yang lainnya [17]. Restoran Beringin ini awalnya usaha kecil-kecilan yang

dulu hanya ada satu Restoran Beringin dan hingga sekarang mempunyai banyak cabang di Kota Pontianak. Restoran Beringin mempunyai harga dan produk yang cukup bervariasi [18]. Adapun daftar produk dan harga disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Restoran Beringin Daftar Menu dan Harga Tahun 2023

No	Menu	Harga (Rp)
A	Makanan	
1.	Ayam Bumbu Goreng	17.000
2.	Ayam Gulai	17.000
3.	Ayam Bakar	17.000
4.	Daging Rendang	10.000
5.	Daging Gulai Cincang	25.000
6.	Ikan Tenggiri Besar	20.000
7.	Ikan Tenggiri Sedang	18.000
8.	Ikan Tongkol Besar	15.000
9.	Ikan Tongkol Sedang	12.000
10.	Kikil Besar	25.000
11.	Kikil Sedang	20.000
12.	Kulit Tebal	15.000
13.	Kulit Tipis	10.000
14.	Telur Asin	8.000
15.	Telur Dadar	4.000
16.	Ati Ampela	6.000
17.	Perkedel	4.000
18.	Tahu	3.000
19.	Tempe	3.000
20.	Sayur Ubi	5.000
21.	Sayur Nangka	5.000
22.	Sayur Tauge	5.000
23.	Sambal Petai	12.000
24.	Sambal Udang	12.000
25.	Sambal Kentang	10.000
26.	Sambal Terong	5.000
27.	Nasi Ayam	17.000
28.	Nasi Rendang	23.000
29.	Nasi Telur	13.000
30.	Nasi Putih	6.000
B	Minuman	
1.	Es Jeruk Besar	12.000
2.	Teh Es	6.000
3.	Fanta	8.000
4.	Sprite	8.000
5.	Coca-Cola	8.000
6.	Fretea	8.000
7.	Puply Orange	8.000
8.	Nutriboost	8.000
9.	Mineral Nestle	5.000
10.	Mineral Le Minerale	5.000
11.	Mineral Prima	5.000

Tabel 2 menunjukkan produk dan harga yang disediakan oleh Restoran Beringin cukup bermacam-macam dan bervariasi. Namun, Restoran Beringin tidak hanya menyediakan menu dan harga seperti pada Tabel 2 saja, Restoran Beringin menyediakan berbagai macam menu baru yang belum dituliskan di daftar menu. Hal itu menyebabkan banyak konsumen yang senang membeli makan di Restoran Beringin karena dapat menyediakan makanan sesuai dengan yang diinginkan para konsumen. Berikut jumlah pendapatan pada Restoran Beringin Kecamatan Pontianak Tenggara yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Pendapatan Restoran Beringin Tahun 2021-2023

No	Tahun	Pendapatan (Rp)	Persentase (%)
1	2021	196.116.000	24,17%
2	2022	229.893.000	17,22%
3	2023	465.527.000	1,024%

Tabel 3 menunjukkan penjualan Restoran Beringin pada Tahun 2021 sampai dengan 2023. Penjualan pada Tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 24,17% dan pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 17,22%, sedangkan pada tahun 2023 mengalami kenaikan kembali sebesar 1,024%. Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika bisa menyediakan barang atau jasa sesuai menggunakan cita-cita pelanggan. Kualitas produk serta kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh untuk menaikkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi taraf kepuasan konsumen. Kualitas Pelayanan disebut baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai yang diharapkan oleh konsumen, Jika melebihi apa yang diperlukan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan. Dari hasil wawancara dengan pemilik Restoran Beringin, Bapak Andro Prasfian menyampaikan menu yang disediakan cukup bervariasi setiap harinya. Pelayanan yang dilakukan oleh Restoran Beringin sendiri pun sangat ramah. Namun, dapat beberapa keluhan dari konsumen terhadap Restoran Beringin mengenai kinerja pelayanan yang cukup lama, tempat yang kurang nyaman karna bangunan dan suasana restoran tersebut sudah sangat lama.

**2. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Adapun data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari pesaing Restoran Beringin yaitu, daftar produk, harga dan jumlah pendapatan di Restoran Beringin. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Restoran Beringin. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah berumur minimal 18 tahun dan konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian di Restoran Beringin minimal 2 kali. Adapun Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y1). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), uji pengaruh simultan (uji F), dan uji pengaruh parsial (uji t).

**3. Hasil dan Pembahasan**

**3.1. Uji Instrumen**

**3.1.1. Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasi skor setiap pernyataan dalam variabel produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Uji validitas membandingkan nilai korelasi hitung (r<sub>hitung</sub>) dengan r<sub>Tabel</sub>. Nilai r<sub>Tabel</sub> diperoleh dengan tingkat signifikansi (α) 5% (0,05), dengan jumlah responden = n-2= 100-2 = 98, maka nilai r<sub>Tabel</sub> dapat dilihat pada Tabel nilai r *Product Moment* yaitu sebesar 0,196.

Hasil uji validitas pernyataan-pernyataan dalam variabel produk yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X1)

No	Pertanyaan	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel	Kesimpulan
1	X1.1	0,789	0,196	Valid
2	X1.2	0,803	0,196	Valid
3	X1.3	0,802	0,196	Valid
4	X1.4	0,764	0,196	Valid
5	X1.5	0,808	0,196	Valid
6	X1.6	0,771	0,196	Valid
7	X1.7	0,729	0,196	Valid
8	X1.8	0,643	0,196	Valid

Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel produk menunjukkan nilai r-hitung lebih besar dari 0,196 (r-hitung > r-tabel). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan adalah valid. Hasil uji validitas pernyataan-pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan (X2) yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pertanyaan	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel	Kesimpulan
1	X2.1	0,305	0,196	Valid
2	X2.2	0,436	0,196	Valid
3	X2.3	0,426	0,196	Valid
4	X2.4	0,619	0,196	Valid
5	X2.5	0,524	0,196	Valid
6	X2.6	0,584	0,196	Valid
7	X2.7	0,399	0,196	Valid
8	X2.8	0,401	0,196	Valid
9	X2.9	0,389	0,196	Valid
10	X2.10	0,600	0,196	Valid
11	X2.11	0,556	0,196	Valid
12	X2.12	0,646	0,196	Valid
13	X2.13	0,539	0,196	Valid
14	X2.14	0,436	0,196	Valid

Tabel 5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai r-hitung lebih besar dari 0,196 (r-hitung > r-tabel). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan adalah valid. Hasil uji validitas pernyataan-pernyataan dalam variabel kepuasan konsumen (Y) yang disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel	Kesimpulan
1	Y1	0,796	0,196	Valid
2	Y2	0,827	0,196	Valid
3	Y3	0,797	0,196	Valid
4	Y4	0,773	0,196	Valid
5	Y5	0,811	0,196	Valid
6	Y6	0,724	0,196	Valid
7	Y7	0,775	0,196	Valid
8	Y8	0,732	0,196	Valid
9	Y9	0,707	0,196	Valid

Tabel 6 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai r-hitung lebih besar dari 0,196 ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan adalah valid.

### 3.1.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dalam pertanyaan dalam variabel yang disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Reliabilitas

	Cronbach Alpha	N of Items
Produk (X1)	0,889	8
Kualitas Pelayanan (X2)	0,759	14
Kepuasan Konsumen (Y)	0,915	9

Menunjukkan nilai *cronbach's alpha* pada setiap masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 yaitu untuk variabel produk sebesar 0,889, kualitas pelayanan sebesar 0,759 dan variabel kepuasan konsumen sebesar

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas Variabel Produk dan Kepuasan Konsumen

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Produk	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	4,601	11	0,418	3,893	0,000
		<i>Linearity</i>	3,333	1	3,333	31,021	0,000
		<i>Deviation from Linearity</i>	1,268	10	0,127	1,180	0,315
	<i>Within Groups</i>		9,455	88	0,107	-	-
	<i>Total</i>		14,056	99	-	-	-

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai *test for linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara produk

Tabel 10. Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	4,227	16	0,264	2,231	0,010
		<i>Linearity</i>	2,739	1	2,739	23,132	0,000
		<i>Deviation from Linearity</i>	1,487	15	0,099	0,837	0,634
	<i>Within Groups</i>		9,830	83	0,118	-	-
	<i>Total</i>		14,056	99	-	-	-

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai *test for linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

0,915. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item dari semua variabel adalah reliabel

## 3.2. Uji Asumsi Klasik

### 3.2.1. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas yang disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	0,00000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,31866339
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,06800000
	<i>Positive</i>	0,04400000
	<i>Negative</i>	-0,06800000
<i>Test Statistic</i>		0,06800000
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,20000000 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji normalitas yang ditunjukkan pada tabel menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal.

### 3.2.2. Uji Linearitas

Hasil dari uji Linearitas variabel produk dan kepuasan konsumen yang disajikan pada Tabel 9.

terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari uji linearitas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang disajikan pada Tabel 10.

### 3.2.3. Uji Multikoleniaritas

Hasil dari uji multikoleniaritas yang disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	1,657	0,494	-		3,357	0,001	-	-	
Produk	0,290	0,083	0,352		3,492	0,001	0,724	1,380	
Kualitas Pelayanan	0,328	0,129	0,257		2,543	0,013	0,724	1,380	

a. Dependent Variable terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas yang ditunjukkan pada tabel, terlihat bahwa nilai *tolerance* untuk variabel produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,724 yang lebih besar dari 0,10. Selain itu, nilai VIF untuk kedua variabel tersebut juga tercatat sebesar 1,380, yaitu lebih kecil dari 10,00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas antar *variable*.

### 3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil estimasi model regresi dalam penelitian ini yang disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	1,657	0,494	-		3,357	0,001	
1 Produk	0,290	0,083	0,352		3,492	0,001	
Kualitas Pelayanan	0,328	0,129	0,257		2,543	0,013	

a. Dependent Variable terhadap Kepuasan Konsumen

Dari Tabel 12 kita dapat membuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = 1,657 + 0,290X_1 + 0,328X_2$ . Persamaan ini dapat digambarkan sebagai:

- Konstanta (a) sebesar 1,657 menunjukkan bahwa ketika variabel produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai 0 (Nol), maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan mencapai 1,657.
- Koefisien regresi (b1) untuk variabel produk sebesar 0,290. Hal ini berarti jika variabel produk mengalami kenaikan 1 (satu) satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,290 satuan.
- Koefisien regresi (b2) untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,328. Dengan kata lain, jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 (satu) satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,328 satuan.

### 3.4. Koefisien Korelasi berganda

Korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil koefisien korelasi berganda dan determinasi dalam penelitian yang disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Koefisien Korelasi Berganda dan Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate
1	0,534 <sup>a</sup>	0,285	0,270	0,32193

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

Tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,534, artinya antara variabel produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang cukup karena terletak pada interval korelasi antara 0,40-0,599.

### 3.5. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Pada Tabel 13 nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,285, artinya produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 28,5% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebanyak 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### 3.6. Uji Simultan (Uji F)

Hasil dari uji simultan (uji F) yang disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,003	2	2,002	19,313	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	10,053	97	0,104	-	-
	Total	14,056	99	-	-	-

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Tabel 14 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 19,313 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09, dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *job* produk dan kualitas

pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### 3.7. Uji Pengaruh Parsial (t)

Hasil uji t yang disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	1,657	0,494	-	3,357	0,001
Produk	0,290	0,083	0,352	3,492	0,001
Kualitas Pelayanan	0,328	0,129	0,257	2,543	0,013

a. Dependent Variable terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui pengaruh variabel produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, yaitu:

- Pengaruh produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan hasil uji t menunjukkan nilai  $t_{hitung} 3,492 > t_{tabel} 1,660$  dan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan hasil uji t menunjukkan nilai  $t_{hitung} 2,543 > t_{tabel} 1,660$  dan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Beringin Cabang Padat Karya, Pontianak. Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi positif, dengan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sedikit lebih dominan dibandingkan produk. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 28,5% mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor lain di luar penelitian ini yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti suasana restoran, harga, atau lokasi. Temuan ini menegaskan pentingnya perbaikan berkelanjutan pada kualitas produk, seperti variasi menu dan cita rasa, serta peningkatan kualitas pelayanan, seperti kecepatan layanan dan keramahan staf. Restoran disarankan untuk melakukan inovasi secara berkala dan melibatkan umpan balik konsumen guna mempertahankan daya saing di industri kuliner yang semakin ketat. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel tambahan, seperti harga atau lokasi, serta memperluas cakupan sampel untuk memperkuat generalisasi hasil. Dengan mengoptimalkan produk dan layanan, Restoran Beringin dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang

pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

## Daftar Rujukan

- Adi, A. F. R., & Yoestini, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Indrawati, F. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Cincau Station Surabaya. *Agora*, 6(2).
- Herce, M., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6268-6276.
- Aufa, Z. D., & Kamal, M. (2015). *Analisis Pengaruh Ragam Menu, Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Soto Sedeep Banyumanik Cabang Ambarawa* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Bahar, A. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3, 14-34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Fachri, H., & Farhan, M. (2023). Relationship among Store Atmosphere, Products, Prices and Repurchase Intentions: the intervening role of Customer Satisfaction. *Journal of Advanced Research in Economics and Administrative Sciences*, 4(2), 26-41. <https://doi.org/10.47631/jareas.v4i2.680>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan dimasa pandemi COVID-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223-247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2>
- Permono, V. R., Pasharibu, Y., Ekonomika, F., Satya, K., & Salatiga, W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 129-135. <https://doi.org/10.30737/jimek.v4i1.1473>
- Sembiring, I. J., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Siregar, N., & Hakim, F. (2018). Pengaruh pencitraan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87-96.

- [11] Putro, S. W. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- [12] Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2192-2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- [13] Rizkillah, A., Suryani, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe. *MBIA*, 19(1), 87-96. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i1.866>
- [14] Sampelan, A. G., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kebijakan harga terhadap loyalitas konsumen pada Kawan Baru Mantos Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3). <https://doi.org/10.35794/emba.3.3.2015.9339>
- [15] Sugandhy, C., Odelia, G., & Nugroho, A. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Restoran X Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(1), 89-102.
- [16] Yesenia, Y., & Siregar, E. H. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(3), 183-199. <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.12166>
- [17] Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22918>
- [18] Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(3), 82-91. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3.70>