



Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantin Bilmas

Joy Noeliona Ruth¹; Melani Defina Maharani²; Raja Almas Ramadhani³; Hilzi Maulana Conquero⁴; Adi Prehanto⁵; Asep Nuryadin⁶

¹⁻⁶Universitas Pendidikan Indonesia, email: joynoeliona@upi.edu; melanimaha123@upi.edu; rajarmd@upi.edu; hilzime2003@upi.edu; adiprehanto2020@upi.edu; asep.nuryadin@upi.edu

Abstrak. Penelitian ini fokus pada Kantin Bilmas, bertujuan mengkaji kontribusi kualitas makanan dan layanan terhadap kepuasan pelanggan serta memberikan wawasan kepada manajemen untuk meningkatkan layanan. Melalui metode survei kuantitatif dengan kuesioner kepada mahasiswa UPI Tasikmalaya dan analisis data menggunakan SPSS, penelitian ini menyimpulkan bahwa keunggulan kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, sementara kualitas layanan menunjukkan pengaruh negatif. Secara keseluruhan, kualitas produk dan kualitas layanan memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini menjadi landasan berharga bagi pemilik Kantin Bilmas dalam pengambilan keputusan dan perencanaan pengembangan usaha, serta dapat menjadi referensi penting bagi penelitian masa depan dengan mempertimbangkan konteks saat ini.

Kata Kunci: Business Challenge; Customer Satisfaction; Development Strategies; Product Quality; Service Quality

Abstract. *This research centers on Bilmas Cafeteria, aiming to assess how food and service quality contribute to customer satisfaction and providing insights for management to improve services. Using a quantitative survey method with questionnaires distributed to UPI Tasikmalaya students and SPSS for data analysis, the study finds that product quality significantly and positively impacts customer satisfaction, while service quality has a negative effect. Overall, both product and service quality play a vital role in influencing customer satisfaction. These findings provide valuable insights for Bilmas Cafeteria owners in decision-making and business development, serving as significant references for future research within the current context.*

Keywords: *Business Challenge; Customer Satisfaction; Development Strategies; Product Quality; Service Quality.*

A. PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu bisnis tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan sebagai indikator utama. Di tengah persaingan bisnis yang semakin sengit dan dinamis, pencapaian sukses suatu bisnis tidak hanya dinilai dari aspek keuangan semata. Kepuasan pelanggan menjadi parameter yang sangat krusial, bahkan dapat dianggap sebagai kunci utama kesuksesan suatu bisnis. Kepuasan pelanggan mencerminkan seberapa jauh kebutuhan, keinginan, serta harapan dari pelanggan dapat dipenuhi dengan baik, hal ini dapat menciptakan pembelian berulang atau loyalitas yang berlangsung dalam jangka waktu yang lama (Siregar, 2021). Setiap pelanggan menjadi lebih cermat dalam memilih kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku bisnis karena dipengaruhi oleh perubahan pola pikir pelanggan yang selalu berubah. (Baswedan, 2022). Kini tiap pelanggan lebih cermat dalam memilih mutu yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Mencapai kepuasan pelanggan bukan hanya tujuan yang harus dicapai, tetapi juga merupakan dasar krusial bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Pelanggan yang merasa puas tidak hanya berpotensi menjadi pelanggan setia, tetapi juga dapat berperan sebagai agen pemasaran yang efisien melalui rekomendasi positif kepada pihak lain. Oleh karena itu, menjaga serta meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan perlu menjadi fokus utama dalam menjalankan bisnis.

Beberapa faktor memainkan peran yang penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pertama, dampak signifikan dari kualitas produk terhadap persepsi pelanggan terhadap merek atau bisnis. Produk berkualitas tinggi tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga dapat menciptakan loyalitas jangka panjang. Kedua, kualitas layanan juga merupakan unsur kunci dalam membangun hubungan positif dengan pelanggan. Layanan yang ramah, responsif, dan profesional bisa menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada tingkat kepuasan lebih baik/tinggi. Kualitas produk dan layanan mempunyai dampak substansial mengenai kepuasan pelanggan akan produk dan layanannya.

Kualitas sebuah produk dan layanan dari produsen/penjual menjadi elemen kunci dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap kantin. Sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari mahasiswa, kantin di kampus bukan hanya tempat di mana makanan disediakan, melainkan juga memegang peran vital dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa terhadap layanan dan produk kuliner. Seiring dengan peningkatan jumlah mahasiswa yang terus berlangsung, Kampus UPI Tasikmalaya mencapai lebih dari 2000 orang pada tahun 2023, sehingga peran kantin semakin penting dalam membentuk pengalaman positif selama berada di kampus. Sebagaimana dijelaskan oleh Zeithaml et al. (1998), mutu pelayanan diukur melalui penilaian pelanggan terhadap keunggulan dan keistimewaan produk secara menyeluruh. Menurut Tjiptono (2006), terdapat lima dimensi pelayanan berkualitas yang melibatkan keandalan, jaminan, daya tanggap, bukti fisik dan empati. Oleh karena itu, sektor jasa, termasuk kantin di area kampus, perlu terus meningkatkan dan mengawasi kualitas layanannya secara cermat. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa aspek-aspek tersebut memenuhi standar tinggi, sehingga dapat memuaskan harapan mahasiswa dan ikut berkontribusi pada kemajuan keseluruhan sektor jasa. Dengan cara ini, kualitas layanan yang optimal tidak hanya memenuhi kebutuhan mahasiswa terkait makanan, tetapi juga berperan dalam membentuk pengalaman positif mereka di lingkungan kampus.

Dalam konteks ini, Kantin Bilmas yang terletak di Kampus UPI Tasikmalaya menjadi objek pada penelitian kami. Dengan jumlah mahasiswa yang terus meningkat, mencapai lebih dari 2000 orang pada tahun 2023 (Website resmi UPI, 2023) Kantin Bilmas bukan hanya berperan sebagai penyedia makanan dan minuman, tetapi juga sebagai tempat interaksi sosial dan relaksasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak kualitas layanan dan produk



makanan di Kantin Bilmas terhadap kepuasan pelanggan. Keberhasilan kantin tidak hanya dinilai dari aspek penjualan, melainkan juga dari kemampuannya dalam mempertahankan dan menambah tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelidiki pengaruh dari kualitas pelayanan dan produk terhadap besarnya tingkat kepuasan pelanggan di Kantin Bilmas. Kualitas pelayanan mencakup aspek-aspek, seperti responsivitas, keandalan, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, dan kemudahan proses pemesanan. Sementara itu, kualitas produk melibatkan evaluasi terhadap rasa, presentasi, variasi menu, dan aspek-aspek lain yang terkait dengan produk makanan dan minuman yang ditawarkan.

Dengan memahami hal tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang berharga bagi manajemen Kantin Bilmas dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka. Selain hal tersebut, penelitian ini juga memiliki potensi untuk memberikan pandangan yang lebih luas terkait dengan strategi pengelolaan kantin di lingkungan kampus yang dapat menjadi dasar untuk peningkatan dan pengembangan yang lebih lanjut di waktu yang akan datang. Melalui analisis yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Kantin Bilmas, diharapkan dapat tercipta suatu model pelayanan dan produk yang dapat memenuhi harapan mahasiswa, mendukung kegiatan akademis mereka, dan pada gilirannya, memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman kampus secara keseluruhan

B. KAJIAN LITERATUR

Kotler dan Keller (2016:37) menyatakan: Kualitas sebuah produk mencakup bagaimana produk tersebut mampu melaksanakan tugasnya, melibatkan daya tahan produk dan tingkat kehandalan, serta ketelitian secara menyeluruh. Penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan mutu produk atau layanannya, karena hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada sebuah produk atau layanan dari produk tersebut. Selain itu, peningkatan kualitas produk juga dapat memotivasi pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Untuk mencapai standar kualitas produk yang diinginkan, standardisasi kualitas menjadi suatu keharusan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa produk hasil produksi bisa memenuhi standar yang ditetapkan perusahaan, agar dapat menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Pengalaman pembelian yang baik atau buruk dapat memiliki dampak yang signifikan pada keputusan konsumen mau repeat order atau tidak. Hal tersebut menjadi dasar bagi para pelaku bisnis untuk memiliki keterampilan dalam membuat produk sesuai kebutuhan dan selera konsumen. Jika terdapat kebutuhan pelanggan tak dipenuhi, perusahaan harus merespons dengan cepat melalui usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan (Assauri, 2012:167).

Menurut Kotler dan Keller (2012:8), Kualitas suatu produk dapat diukur dengan menggunakan beberapa parameter yang melibatkan berbagai aspek. Pertama, dalam hal bentuk, mencakup dimensi, ukuran, dan struktur produk. Kedua, fitur produk merujuk pada tambahan yang melengkapi fungsi dasarnya. Selanjutnya, penyesuaian menunjukkan sejauh mana produk dapat disesuaikan dengan preferensi dan keinginan konsumen. Dimensi kualitas kerja menjadi sangat penting ketika perusahaan menerapkan model tertentu untuk mencapai tingkat kualitas optimal. Kualitas kesesuaian mencerminkan sejauh mana produk memenuhi spesifikasi yang dijanjikan. Ketahanan, sebagai faktor tambahan, mengukur umur atau keberlanjutan produk dalam kondisi normal atau tekanan tinggi. Keandalan mencirikan kemungkinan produk untuk tidak mengalami kegagalan. Kemudahan perbaikan mengacu pada sejauh mana produk dapat diperbaiki dengan mudah ketika mengalami disfungsi. Sementara itu, gaya mencakup penampilan dan citra produk, sedangkan desain mempengaruhi tampilan

atau fungsi produk selaras dengan kebutuhan yang ada. Oleh karena itu, ukuran kualitas produk melibatkan berbagai dimensi yang saling terkait untuk menjamin kualitas produk yang komprehensif.

Kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan dalam memberikan layanan dapat diukur melalui kualitas layanan. Aspek-aspek yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan meliputi kecepatan, ketepatan waktu, keramahan, dan kemudahan transaksi. (Maesaroh, et.al, 2023). Fokus utama dalam konsep kualitas layanan merujuk pada usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjaga akurasi dalam penyampaian layanan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Penilaian terhadap Kualitas layanan dapat dilakukan melalui perbandingan antara pengalaman pelanggan dan harapan layanan yang diinginkan (Tjiptono, 2014:268). Baik sebagai pemimpin dalam pasar atau sebagai upaya strategis untuk terus tumbuh melalui penonjolan produk dan performa perusahaan (Mardikawati dan Farida, 2013). Kualitas mencerminkan seberapa baik produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, apakah hal tersebut diinformasikan langsung ataupun tidak langsung (Kotler dan Keller, 2009:143).

Menurut Handi (2002: 3), Evaluasi kepuasan konsumen mencakup penilaian terhadap produk dan layanan yang telah memenuhi harapannya, serta merupakan hasil dari pengalaman dan perasaan yang muncul selama menggunakan produk atau layanan tersebut. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry sebagaimana dikutip pada Lovelock et al. (2004) mengatakan bahwa dimensi dari kepuasan konsumen bisa dikelompokkan ke dalam beberapa hal, seperti harapan, penyampaian produk atau jasa yang dirasakan, konfirmasi atau diskonfirmasi, dan perilaku keluhan. Harapan mencakup kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan produk layanan sesuai dengan preferensi konsumen, sementara persepsi terhadap produk atau layanan melibatkan pengalaman pelayanan kepada konsumen selama proses penjualan. Konfirmasi atau diskonfirmasi terkait dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi janji-janji yang telah dibuat kepada konsumen. Perilaku keluhan mencakup respons perusahaan terhadap umpan balik negatif yang diberikan oleh konsumen.

Menurut Zeithaml et al. (2003), Faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pada tingginya kepuasan konsumen mencakup fitur-fitur barang dan jasa, emosi yang dirasakan oleh konsumen, evaluasi terhadap keberhasilan atau kegagalan layanan, persepsi atas keadilan atau kewajaran, serta pengaruh dari konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja. Evaluasi konsumen pada fitur barang atau jasa secara signifikan mempengaruhi kepuasan mereka. Emosi konsumen juga memiliki dampak pada cara mereka melihat kepuasan terhadap produk dan jasa, dipengaruhi oleh suasana hati saat menggunakan produk atau jasa. Keberhasilan atau kegagalan layanan juga berperan dalam membentuk persepsi kepuasan konsumen. Persepsi keadilan atau kewajaran memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, melibatkan perbandingan terhadap perlakuan, harga, dan kualitas pelayanan. Selain itu, pengaruh dari konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja juga dapat berkontribusi pada tingkat kepuasan konsumen, di mana pengalaman, perilaku, dan pandangan mereka memegang peranan penting dalam proses evaluasi kepuasan.

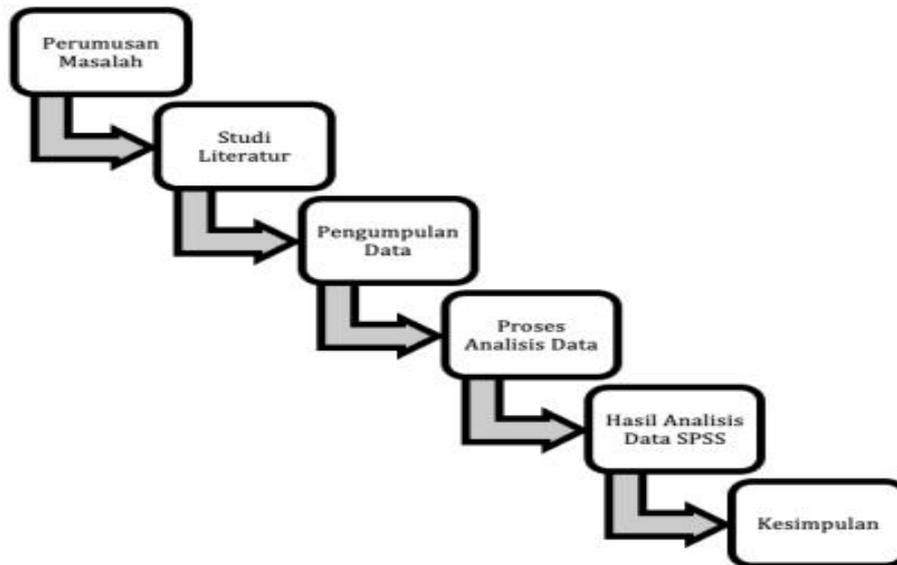
C. METODE PENELITIAN

Peneliti mengidentifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian. Proses perumusan masalah ini mencakup penentuan studi literatur, metode penelitian, dan instrumen yang akan digunakan. Selanjutnya, mereka melakukan studi literatur dengan memanfaatkan sumber-sumber seperti buku dan jurnal relevan dan sesuai fokus penelitian yang dilakukan. Aktifitas pencarian referensi tersebut bertujuan untuk membangun dasar penelitian yang kuat sehingga pada gilirannya diharapkan Mampu menghasilkan temuan penelitian yang tepat dan akurat. Pengumpulan Data diperoleh dari kuesioner yang diambil langsung dari para konsumen Kantin Bilmas. Selanjutnya, Proses Analisis Data dilakukan oleh peneliti, peneliti



memilih aplikasi SPSS digunakan sebagai sarana untuk melakukan pengolahan data berdasarkan hasil studi literatur. Pengolahan data melibatkan penerapan metode statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS.

Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Setelah analisis data dilakukan, dilakukan analisis hasil. Setelah mendapatkan output yang diperoleh melalui penggunaan aplikasi SPSS, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis hasil untuk merumuskan kesimpulan. Analisis hasil memainkan peran penting dalam kesinambungan penelitian. Tahap terakhir dalam penelitian melibatkan penarikan kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS. Kesimpulan ini akan menjadi ringkasan dari temuan-temuan penelitian serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak kualitas pelayanan yang diberikan dan kualitas produk terhadap besarnya kepuasan pelanggan Kantin Bilmas.

Penelitian ini masuk ke dalam kategori penelitian kuantitatif dengan melakukan metode survei. Survei penelitian merujuk pada metode penelitian ini melibatkan pengambilan sampel dari suatu kelompok populasi tertentu serta memakai kuesioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan informasi inti (Sofian Effendi dan Tukiran, 2014). Pendekatan survei yang diterapkan dalam penelitian ini difokuskan pada pengumpulan informasi dari responden yang memiliki pengetahuan khusus sehingga memungkinkan peneliti untuk mengatasi pertanyaan penelitian. Dalam konteks tingkat eksplanasi, penelitian ini dapat digolongkan sebagai sebuah penelitian asosiatif kausal/penelitian dengan fokus pada pengidentifikasian hubungan sebab-akibat. Penelitian ini mencoba menyelidiki keterkaitan atau dampak antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Adapun Operasional Variabel Berdasarkan judul penelitian di atas, terdapat tiga variabel utama, yaitu dampak dari kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) diidentifikasi sebagai variabel independen, sementara kepuasan pelanggan di Kantin Bilmas (Y) menjadi variabel dependen dari penelitian yang dilakukan.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini mencakup pelanggan Kantin Bilmas yang terletak di UPI Kampus Tasikmalaya, Jalan Dadaha No. 18, Tawang, Tasikmalaya. Kantin ini menjadi fokus penelitian dan merupakan tempat pelayanan makanan dan minuman bagi Mahasiswa UPI Kampus Tasikmalaya.

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui penerapan metode angket dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan informasi. Peneliti memberikan kuesioner kepada mahasiswa di UPI Kampus Tasikmalaya yang bersedia untuk mengisi formulir tersebut. Kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian, yang mencakup pertanyaan tentang kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Respons yang dikumpulkan dari kuesioner tersebut selanjutnya dijadikan sebagai data penelitian. Di bawah ini disajikan daftar pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

Tabel 1. Pertanyaan mengenai Kualitas Produk

No.	Pertanyaan
1.	Saya sangat menikmati rasa makanan yang disajikan di Kantin Bilmas.
2.	Variasi produk makanan di Kantin Bilmas cukup memadai dan menarik.
3.	Makanan di Kantin Bilmas selalu terasa segar.
4.	Harga produk makanan di Kantin Bilmas sangat sebanding dengan kualitasnya.
5.	Konsistensi rasa makanan di Kantin Bilmas dari kunjungan ke kunjungan sangat konsisten.
6.	Produk makanan di Kantin Bilmas selalu memenuhi standar kebersihan dan keamanan makanan

Tabel 2. Pertanyaan mengenai Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan
1.	Saya merasa bahwa staf Kantin Bilmas sangat ramah dan sopan dalam melayani pelanggan.
2.	Staf Kantin Bilmas selalu bersikap profesional dalam berinteraksi dengan saya.
3.	Saya merasa bahwa staf Kantin Bilmas selalu bersedia membantu saya jika saya memiliki pertanyaan atau permintaan khusus.
4.	Kebersihan dan tata letak area pelayanan di Kantin Bilmas sangat baik.
5.	Ketersediaan fasilitas, seperti meja, kursi, dan area bersantai di Kantin Bilmas sangat memadai.
6.	Staf Kantin Bilmas memberikan informasi yang jelas tentang prosedur pembayaran dan penawaran khusus yang mungkin tersedia.

Tabel 3. Pertanyaan mengenai Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan
1.	Saya sangat puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh Kantin Bilmas.
2.	Harga produk atau layanan Kantin Bilmas sebanding dengan kualitasnya.
3.	Kualitas layanan yang saya terima dari Kantin Bilmas sangat baik.
4.	Produk Kantin Bilmas memenuhi harapan saya secara keseluruhan.
5.	Kantin Bilmas memberikan opsi pembayaran yang memadai dan fleksibel.
6.	Saya akan merekomendasikan produk atau layanan Kantin Bilmas kepada orang lain.

Skala Savety Rating (Angket Tertutup)

Skala *Savety Rating* merupakan penilaian keamanan untuk pertanyaan-pertanyaan menggunakan skala 1-5 melalui hasil kuesioner.

Tabel 4. Skala Savety Rating

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Evaluasi Hasil Penelitian

Tahap akhir dari penelitian ini melibatkan verifikasi hasil analisis yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, dan beberapa metode pengujian yang terlibat meliputi:

1. Uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.
2. Uji hipotesis yang melibatkan uji koefisien determinasi, T, hipotesis, dan F.

Pentingnya penggunaan aplikasi SPSS dan metode-metode pengujian khusus dalam tahap akhir penelitian ini adalah untuk memastikan hasil analisis yang terverifikasi melalui berbagai pengujian statistik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 5. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	37	18,00	30,00	24,9730	2,85274
Kualitas Pelayanan	37	15,00	30,00	22,8919	4,00544
Kepuasan Pelanggan	37	18,00	30,00	24,4324	3,46042
Valid N (listwise)	37				

Tabel di atas memperlihatkan hasil statistik deskriptif dari variabel penelitian bilmas, dengan jumlah sampel sebanyak 37, dan semua angka dalam tabel disajikan dalam satuan. Berdasarkan informasi yang terdapat dalam tabel tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut mengenai statistik deskriptif dari setiap variabel.

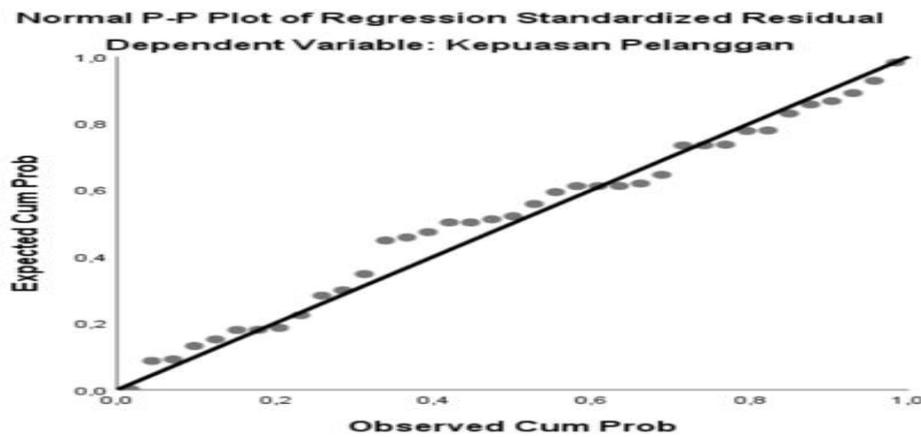
1. Kualitas produk dinyatakan dalam variabel dengan nilai minimum 18,00 dan maksimum 30,00. Rentang ini menunjukkan bahwa kualitas produk berkisar antara 18,00 hingga



- 30,00. Rata-rata (mean) dari variabel kualitas produk adalah 24,9730, dengan standar deviasi sebesar 2,85274. Artinya, rata-rata nilai tersebut melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi yang merata.
2. Kualitas pelayanan dinyatakan dalam variabel dengan nilai minimum 15,00 dan maksimum 30,00. Rentang ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkisar antara 15,00 hingga 30,00. Rata-rata (mean) dari variabel kualitas pelayanan adalah 22,8919, dengan standar deviasi sebesar 4,00544. Artinya, rata-rata nilai tersebut melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi yang merata.
 3. Kepuasan pelanggan dinyatakan dalam variabel dengan nilai minimum 18,00 dan maksimum 30,00. Rentang ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berkisar antara 18,00 hingga 30,00. Rata-rata (mean) dari variabel kepuasan pelanggan adalah 24,4324, dengan standar deviasi sebesar 3,46042. Artinya, rata-rata nilai tersebut melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi yang merata.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot

Dilihat dari grafik di atas, titik data mengikuti pola garis dan menyebar di sekitar garis. Dari hal ini dapat di ambil kesimpulan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

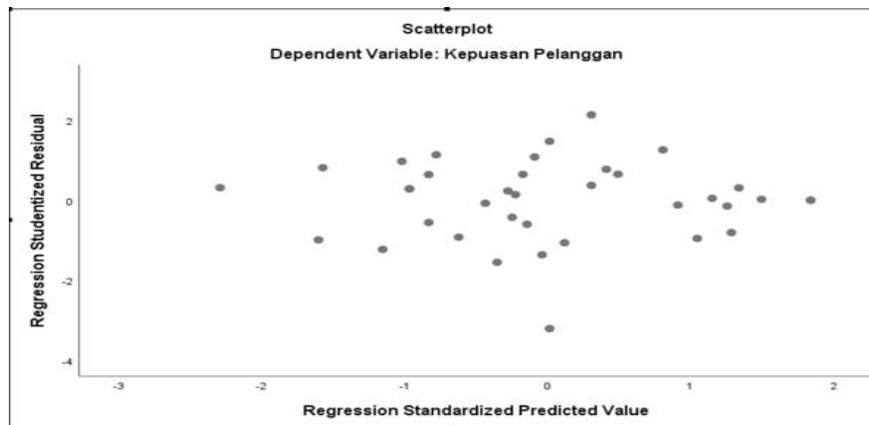
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Produk	.432	2,312
Kualitas Pelayanan	.432	2,312

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Sumber: *Output Spss*

Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan masing-masing sebesar 0,432. Selain itu, nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 2,312. Kesimpulannya, dapat diakui bahwa nilai toleransi kedua variabel tersebut melebihi 0,1, dan nilai VIF di bawah 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi adanya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Dari visualisasi grafik scatterplot di atas, terlihat bahwa titik data tersebar secara merata di atas maupun di bawah nilai 0. Tidak ada penumpukan titik data yang signifikan di kedua sisi nilai 0, dan penyebaran titik data tidak berpola. Oleh sebab itu, hasilnya menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.873 ^a	.763	.749	1,73388	1,905

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output Spss

Tabel di atas merupakan hasil output uji Durbin Watson, nilai Durbin Watson pada tabel di atas sebesar 1,905. Jadi karena 1,905 berada di antara nilai DW yaitu 2,4096 – 1,5904 berarti tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,215	2,575		-,472	,640
Kualitas Produk	,882	,154	.727	5,725	,000
Kualitas Pelayanan	,158	,110	.183	1,443	,158

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output Spss

Dari data-data yang tercantum dalam tabel, didapatkan persamaan hasil uji regresi linear berganda sebagai berikut. $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$

$$Y = -1,215 + 0,882 X_1 + 0,158 X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta sebesar negatif 1,215 dapat diinterpretasikan sebagai berikut: jika kualitas produk dan kualitas pelayanan diabaikan atau memiliki nilai nol, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar negatif 1,215. Artinya, adanya korelasi negatif antara faktor-faktor tersebut dengan kepuasan pelanggan.
2. Koefisien regresi pada variabel kualitas produk sebesar positif 0,882 dapat diartikan sebagai berikut: Adanya korelasi positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Artinya, ketika kualitas produk meningkat, kepuasan pelanggan juga cenderung meningkat, dan sebaliknya, jika kualitas produk mengalami penurunan, kepuasan pelanggan kemungkinan akan berkurang. Secara kuantitatif, setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1% diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,882%.
3. Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar positif 0,158 dapat diartikan sebagai berikut: Adanya korelasi positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Artinya, ketika kualitas pelayanan meningkat, kualitas pelayanan juga cenderung meningkat, dan sebaliknya, jika kualitas pelayanan mengalami penurunan, kepuasan pelanggan kemungkinan akan berkurang. Secara kuantitatif, setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1% diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,158%.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.763	.749	1,73388

a. *Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk*

b. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Sumber: *Output Spss*

Dari tabel yang tertera, menunjukkan nilai R Square sebesar 0,873. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan dampak sekitar 87,3% terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sisanya, sekitar 12,7% dari variabilitas tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh beberapa faktor lain.

Uji T

Tabel 9. Hasil Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,215	2,575		-,472	,640
1 Kualias Produk	,882	,154	,727	5,725	,000
Kualitas Pelayanan	,158	,110	,183	1,443	,158

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Sumber: *Output Spss*

Uji hipotesis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (H₁)

Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan hasil nilai t_{hitung} sebesar positif 5,725 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai signifikansi 0,000, maka hipotesis nol (H₀) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima karena nilai signifikansi $\text{sig } \alpha < 0,05$. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial, variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji hipotesis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (H₂)

Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan hasil nilai t_{hitung} sebesar positif 1,443 dan nilai signifikansi 0,158. Dengan nilai signifikansi 0,158, maka hipotesis nol (H₀) diterima, dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak karena nilai signifikansi ($\text{sig } \alpha > 0,05$). Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial, variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F Simultan

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	328,886	2	164,433	54,695	.000 ^b
	<i>Residual</i>	102,215	34	3,006		
	<i>Total</i>	431,081	36			

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

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

Sumber: *Output Spss*

Berdasarkan tabel uji F yang disajikan di atas, nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 54,695 dengan nilai signifikansi 0,000. Dari hasil tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa secara kolektif, variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan oleh nilai signifikansi kurang dari 0,05.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kantin bilmas dengan signifikansi sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H₁) pada penelitian ini dapat diterima. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan kantin bilmas dengan signifikansi sebesar 0,158, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H₂) pada penelitian ini tidak dapat diterima atau ditolak. Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan secara simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, seperti yang tercermin dari nilai signifikansi sebesar 0,000.

Bagi pemilik kantin bilmas, variabel-variabel seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan, yang dalam penelitian ini terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan, dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan secara serius dalam proses pengambilan keputusan untuk pengembangan bisnis ini.

Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk memahami variabel-

variabel yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya mengenai kepuasan pelanggan dengan memperkenalkan variabel-variabel baru dalam konteks periode terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Albesta, M. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 6(2), 1–17.
- Amanah, Lasally, A., & Kuntari, E. D. (2023). Kualitas Makanan Dan Pelayanan Berdasarkan Persepsi Kepuasan Pelangga Di Restoran Kangen Boutique Hotel Yogyakarta. *Ebbank*, 13(1), 91–98.
- Anjarsari, G. E., Suprapti, N. W. S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan Serta Niat Berperilaku. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* , 1347–1374.
- Carolina, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Pada Kepuasan Konsumen K-Sushi. *Agora*, 7(2).
- Hastuti, S. (2020). The Effect Of Food Service Quality And Beverage Service On Customer Satisfaction Of The Grand Dafam Rohan Syariah. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 35–48. https://doi.org/10.26460/Ed_En.v2i3.1532
- Rinova, D., & Meilani, F. (2018). Pengaruh Persepsi, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Kedai Susu Sapi Murni Di Bandar Lampung. *Sosialita: Jurnal Ilmu Administrasi*, 11(1), 1–69.
- Sari, A., & Althalets, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Department Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mesra Business And Resort Hotel Samarinda. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(3), 259–268. <https://doi.org/10.24036/Jkpbp.v2i3.45572>
- Sholeha, S., Kusindrati, K., Tanuwijaya, R. R., & Marini, R. (2020). Pentingnya Kualitas Pelayanan Makanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 19(02), 55–58. <https://doi.org/10.33221/Jikes.v19i02.513>