KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen
Vol.2, No.8 Agustus 2024
e-ISSN: 3025-7859; p-ISSN: 3025-7972, Hal 867-881
DOI: https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2185

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Pondok Jahe Geprek Samsudin)

Riki Yogi Yusnanto
Universitas Muhadi Setiabudi
Roby Setiadi
Universitas Muhadi Setiabudi
Dumadi
Universitas Muhadi Setiabudi
Alamat: Jalan Pangeran Diponegoro No.KM2, Rw. 11, Pesantunan, Kec. Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52212
Korespondensi penulis: rikiyogiy@gmail.com

Abstract *This research is oriented to examine the influence of product quality, service quality and facilities on customer satisfaction at Pondok Jahe Geprek Samsudin. In this research, quantitative methods are used through descriptive design. The sampling technique implements the purposive sampling model. So, data was collected using a questionnaire distributed to customers who bought food or drinks at Pondok Jahe Geprek with a total of 75 respondents. This research instrument is a ratio scale and data analysis using multiple linear regression. It was found that the product quality variable (X1) individually had a significant level of impact on customer satisfaction, with a calculated t value of 4.583 > 1.993 t table and a significance value of 0.00 < 0.05. Then the quality of service (X2) individually does not have a significant effect on the customer satisfaction variable, with a calculated t value of 1.129 < 1.993 t table, and a significance value of 0.263 > 0.05. Then, the facility variables (X3) each have a significant impact on customer satisfaction, with a calculated t value of 2.875 > 1.993 and a significance value of 0.005 < 0.05. Apart from that, simultaneously all variables x have an influence on variable y with the calculated f value of 11.485> 2.73 f table and a significance value of 0.00 < 0.05. The implication of these findings is that the quality of products and facilities has a significant influence on the level of partial customer satisfaction. Then product quality, service quality and facilities simultaneously have an impact or influence on the level of customer satisfaction. The conclusion of this research is that the variables of product quality, service quality and facilities have been proven to simultaneously influence the level of customer satisfaction. Suggestions for future researchers are to increase the number of research samples and examine other variables that have not been studied and have the possibility of influencing the customer satisfaction variable.*
Keywords: *product quality, service quality, facilities, customer satisfaction*

Abstrak Penelitian ini berorientasi untuk menguji pengaruhh dari kualitas produk (*product quality*), kualitas pelayanan (*service quality*) dan fasilitas (facilities) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada Pondok Jahe Geprek Samsudin. Pada riset ini, memakai metode kuantitatif melalui desain yaitu deskriptif. Teknik dari penetapan sampel mengimplementasikan model dari *purposive sampling*. Jadi, data dikumpulkan dengan kuisoner yang dibagikan pada pelanggan yang membeli makanan atau minuman di Pondok Jahe Geprek dengan jumlah 75 responden. Instrumen penelitian ini berupa skala rasio serta analisis data menggunkan regresi linier secara berganda. Ditemukan bahwa variabel kualitads prodhuk (X1) secara individual memiliki tingkat dampak yang signifikan terhadaap kepuasan pelanggan, dengan perolehan nilai t hitugng 4,583 > 1,993 t tabel serta nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Kemudian pada kualitas pelayanan (X2) secara individual tidak berpengaruh signiifikan terhadapp variabrel kepuasan peljanggan, dengan perolehan nilai t hitung 1,129 < 1,993 t table, serta nilai dari signifikansi sebesar 0,263 > 0,05. Lalu, variabel fasilitas (X3) secara masing-masing memiliki dampak siginifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan perolehan nilai t hitung 2,875 > 1,993 juga nilai signifikansi adalah 0,005 < 0,05. Selain itu, secara

Received Juni 30, 2024; Revised Juli 30, 2024; Agustus 26, 2024
* Riki Yogi Yusnanto, *rikiyogiy@gmail.com*

simultan seluruh variabel x memiliki pengaruh terhadap variabel y dengan perolehan nilai f hitung 11,485 > 2,73 f tabel serta nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Implikasi dari temuan ini ialah kualitas produk dan fasilitas memberi pengaruh siginifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara parsial. Kemudian kualiitas produk, kualitas pelaayanan dan fasilitas secara bersamaan memiliki dampak atau pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kesimpulan penelitian ini, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasailitas telah terbukti secara bersamaan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan. Saran untuk peneliti berikutnya ialah supaya menambah jumlah sampel penelitian dan meneliti variabel lain yang belum diteliti serta memiliki kemungkinan berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan.
Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia terus mengalami peningkatan dari segi jumlah pelaku usaha hingga pendapatan. Mengingat pasca *Covid-19* para pelaku usaha mulai melakukan berbagai terobosan guna mempertahankan serta meningkatkan usaha/jualan yang mereka punya. Pemerintah pusat serta daerah pun turut mendorong pertumbuhan dan keberlangsungan khususnya pelaku usaha lokal. Berikut data tabel Usaha Mikro Kecil Menengah yang tercatat oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan di Kabupaten Brebes dari tahun 2017 hingga 2023

Tahun	**Jumlah UMKM Tercatat**	Jumlah UMKM Aktif	Nilai (Rp.)		Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah UMKM Yg Sudah Berijin
			Aset	Omzet		
			(*)	(*)	(*)	
2017	92.603	92.603	754.714.450.000	13.334.832.000.000	240.915	7.096
2018	95.467	95.467	806.696.150.000	13.747.248.000.000	248.366	9.036
2019	98.420	98.420	837.062.100.000	14.172.480.000.000	256.049	11.013
2020	101.464	101.464	918.249.200.000	14.610.816.000.000	263.967	11.663
2021	104.602	104.602	910.037.400.000	13.179.852.000.000	272.131	12.565
2022	106.264	106.264	911.162.400.000	13.179.877.000.000	273.342	12.665
2023	106.834	106.834	916.292.000.000	14.422.590.000.000	274.292	12.850

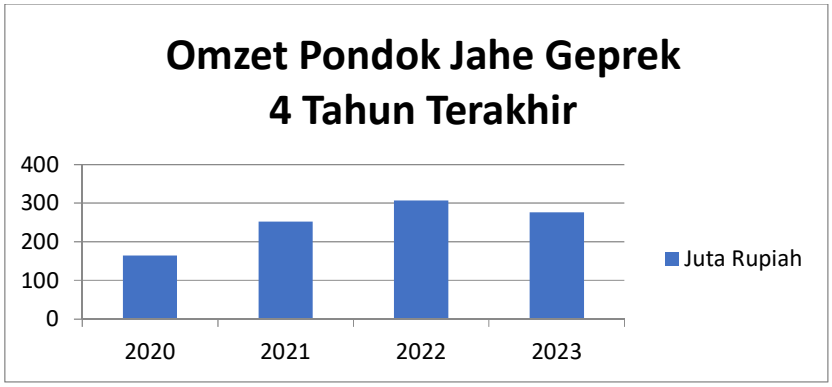
Tabel 1 : Data UMKM yang tercatat di Kabupaten Brebes Tahun 2017–2023

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan, tahun 2023

Tabel diatas menunjukan bahwa pertumbuhan UMKM di Kabupaten Brebes terus mengalami peningkatan dari segi jumlah UMKM, aset, omzet, hingga tenaga kerja yang terjaring dalam usaha tersebut. Hal ini tentunya cukup baik untuk kemajuan perekonomian Kabupaten Brebes. Selain pelaku usaha yang terus berkembang, hal ini pun akan membuat lapangan pekerjaan bertambah. Sehingga dapat menjadi pilihan untuk para pencari pekerjaan serta mengurangi angka pengangguran di khususnya di Kabupaten Brebes.

Peningkatan jumlah UMKM tentunya akan mendorong masyarakat untuk termotivasi menciptakan jenis usaha yang kreatif. Seperti halnya objek pada penelitian ini yang berdiri sejak

2019 mengedepankan minuman semi-herbal. Namun, pada proses pengembangan ini, pelaku usaha tersebut mengalami penurunan omzet yang membuat peneliti mencoba mengungkap masalah tersebut. Adapun beberapa faktor suatu kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam mengembangkan UMKM yaitu keterbatasan modal usaha, keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku dan kesulitan pemasaran (Jalaliah, Hilda. K.W., 2022). Berikut data omzet Pondok Jahe Geprek Samsudin dari tahun 2020 hingga 2023.



Grafik 1 Omzet Pondok Jahe Geprek Samsudin

Sumber : Laporan Keuangan Pondok Jahe Samsudin

Berdasarkan dari grafik diatas, untuk kali pertama selama 4 tahun, penurunan terjadi pada tahun 2023 sehingga peneliti menjadikan ini sebagai bahan untuk penelitian yang berkaitan dengan penyebab penurunan omset dan bagaimana supaya omzet tidak mengalami penurunan.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Tjipjono & Chandra (2017) menjelaskan bahwa produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan. Menurut Indrajaya, kualitas produk sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan barang dan jasa (Andi Yulianto, et al, 2021). Kualitas produk ialah kemampuan suatu produk yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh pelanggan, bahkan dapat melebihi harapan pelanggan Tjipjono & Chandra (2016). Sedangkan menurut Thawil (2019) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya, yaitu daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, perbaikan produk, serta komponen bernilai lainnya (Putri Novita Sari, Dumadi, 2022). Kualitas produk terletak pada proses pembuatan, tampilan dan harga produk yang menjadi pertimbangan pelanggan akan membeli produk (Ainul Musyafiah, Roby Setiadi, 2022).

Apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pelanggan merasa kurang puas, namun apabila produk jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang sama dengan apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas (Mahira, Prasetyo Hadi, 2021).

Dalam penelitian Kotler dan Amstrong mengungkapkan indikator kualitas produk ialah : Daya tahan; Keandalan; Estetika; Aman; dan Kemasan

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukan mealalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan (Caruana, 2016). Sedangkan, menurut Zameer (2015) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. (Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad, 2023). Sedangkan menurut Ainun (2022) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para konsumen. Dengan persepsi kualitas pelayanan yaitu sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi spesifikasi-spesifikasinya (M. Ibnu Nasirin, 2023). Kualitas layanan harus diawali dengan permintaan konsumen dan diakhiri oleh kepuasan pelanggan serta pemahaman terkait kualitas layanan (Roby Setiadi, 2022).

Kotler et al., (2021) berasumsi kualitas pelayanan dapat diukur melalui 5 (lima) indicator, yaitu : 1) bukti fisik; 2) keandalan; 3) daya tanggap; 4) jaminan; dan 5) empati.(Eka Putri Maulidiah, Survival, 2023)

Fasilitas

Fasilitas menurut (Lupiyoadi, 2019) merupakan suatu hal yang ada di produk yang dapat ditambah atau dihilangkan tanpa merubah kualitas dari produk tersebut (Taufiqul Huda, Sri Nuringwahyu, 2023). Sedangkan menurut Tjipjono & Chandra (2016) Fasilitas ialah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan pada konsumen(Dimas Dwi Kurniawan, 2022). Sedangkan menurut Kotler (2016) mendefinisikan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh penjual guna mendukung kenyamanan konsumen(Ni Luh Putu Apriliani, Ni Putu Nita Anggraini, 2023). Sudarsono (2020) menyatakan bahwa desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2021) indikator fasilitas terbagi menjadi empat yaitu, Kondisi Fasilitas, Kelengkapan, Desain Interior, Desain Eksterior (Eka Putri Maulidiah, Survival, 2023)

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2015) mengemukan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja maupun hasil suatu produk dan harapan-harapannya.Sedangkan menurut Amstrong, Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan yang tercermin setelah pelanggan merasa kinerja suatu produk dan membandingkannya dengan ekspektasi pelanggan. Perasaan ini dapat berupa perasaan senang maupun kecewa, tergantung pada level kesesuaian yang diperoleh (Hendri Sucipto, 2024). Menurut Irawan, pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasakan nilai dari produk atau jasa yang digunakan. Nilai

yang diberikan oleh pelanggan merupakan apresiasi terhadap produk berkualitas, maka perasaan puas yang dialami oleh pelanggan terjadi saat pelanggan mendapat produk yang berkualitas (Afifah, Roby Setiadi, 2021).

Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan puas, jika kinerja melibihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Kunci untuk dapat menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan pelanggan yang tinggi.

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan ya yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan, yaitu :

1. Kepuasan jasa/produk secara menyeluruh.
2. Merekomendasikan kepada pihak/pelanggan lain
3. Akan menggunakan jasa/produk kembali (Dimas Dwi Kurniawan, 2022)

Hipotesis

Hipotesis 1 :

Diduga Kualitas Produk berpengaruh secara parsial pada Kepuasan Pelanggan.

Hipotesis 2 :

Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial pada kepuasan pelanggan.

Hipotesis 3 :

Diduga Fasilitas berpengaruh secara parsial pada kepuasan pelanggan.

H4 :

Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan pada kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Instrumen pengumpulan data ini peneliti menggunakan kuesioner yang terdiri atas pilihan ganda setiap itemnya tersedia 5 (lima) pilihan jawaban atau skor yang biasa disebut dengan skala genap dan responden dapat memilih dari 5 (lima) pilihan jawaban tersebut. Angka 1 (satu) apabila sangat tidak setuju dan seterusnya sampai angka 5 (lima) apabila sangat setuju dengan pernyataan yang ada.

Populasi menurut Sugiyono, merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu sebagaimana telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya (Dealisna Pantilu, Rosalina A.M. Koleangan, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada usaha Pondok Jahe Geprek Samsudin berdasarkan data pada usaha ini memiliki sekitar 300 pelanggan.

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik (Bahrun Khairul, 2023). Kemudian, Sugiyono mengatakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian ialah antara 30 hingga 500 (Imron Imron, 2019). Sampel yang kami ambil untuk mewakili populasi adalah sebanyak 75 pelanggan atau responden, penentuan ini menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$\mathbf{n} = \frac{300}{1+300 \quad ,1)^2}$$

$$\mathbf{n} = \frac{300}{1+300x0,01}$$

$$\mathbf{n} = \frac{300}{4} = \mathbf{75\ Responden}$$

Desain dalam pengambilan sampel melalui bentuk *Purposive Sampling* dengan pertimbangan peneliti terkait sampel yang sesuai dan memiliki sifat representatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tempat Dan Waktu Penelitian

Usaha Pondok Jahe Geprek Samsudin terletak di Jalan Raya Pabrik Gula Banjaratma, Desa Banjaratma, Kecamatan Bulakamba, Kabupaten Brebes. Pondok Jahe Geprek Samsudin ialah Usaha Minuman dengan konsep semi-herbal yang menawarkan berbagai menu minuman yaitu, susu jahe, kopi, mendoan dan lain sebagainya. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Juni.

Uji Validitas

Uji ini akan memeriksa apakah pertanyaan/pernyataan dalam kuesoiner yang telah dibuat benar-benar dapat mengukur sesuatu yang akan diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi (r hitung) > r tabel serta nilainya positif. Adapun instrument dikatan valid jika nilai taraf probabilitas kesalahan < 0,05.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,700	0,227	Valid
2	0,584	0,227	Valid
3	0,915	0,227	Valid
4	0,844	0,227	Valid
5	0,915	0,227	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa semua pernyataan mendapati nilai r hitung lebih dari r tabel, jadi bisa dinyatakan instrumen tersebut sudah valid.

Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,681	0,227	Valid
2	0,898	0,227	Valid
3	0,704	0,227	Valid
4	0,679	0,227	Valid
5	0,898	0,227	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat diperiksa pada tabel diatas, bahwa semua pernyataan memiliki hasil nilai r hitung lebih dari nilai r tabel, jadi bisa dikatakan instrumen tersebut valid.

Tabel Uji Validitas Variabel Fasilitas

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,840	0,227	Valid
2	0,809	0,227	Valid
3	0,771	0,227	Valid
4	0,723	0,227	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa semua pernyataan menunjukan hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel, jadi bisa dinyatakan instrument tersebut sudah valid.

Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,777	0,227	Valid
2	0,837	0,227	Valid
3	0,758	0,227	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat diperiksa pada tabel diatas, bahwa semua instrument memiliki haasil nilai r hitung lebih dari nilai r tabel, jadi bisa diartikan intrumen tersebut sudah sah.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dari indikator suatu variabel. Kuesioner dapat dikatakan realibel apabila responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dilakukan apabila semua instrumen sudah lolos pada uji validitas.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk	0,852	5
Kualitas Pelayanan	0,828	5
Fasilitas	0,794	4
Kepuasan Pelanggan	0,697	3

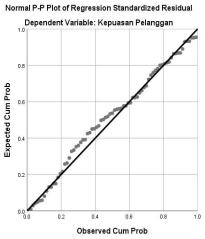
Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas, menunjukan hasil dari semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar atau sama dengan 0,60 sehingga bisa diartikan semua pengukur variabel dari kuesioner sudah realibel. Serta, instrumen variabel dalam kuesioner dapat dijadikan alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji yang bertujuan untuk model regresi variabel pengganggu atau bisa disebut *residual* pada pendistribusian data normal. Uji ini merupakan pemeriksaan kelayakan kenormalan distribusi pada variabel independen serta dependen pada model regresi yang akan diuji menggunakan *Normal P-Plot* dan *One Sample Kolmogorov-Smirnov.*



Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan hasil dari grafik *Normal P-Plot* menunjukan penyebaran titik disekitar garis regresi (diagonal) serta tersebar searah mengikuti garis diagonal tersebut. Maka dapat diartikan bahwa model regresi layak digunakan sebab memenuhi asumsi normalitas.

Uji One Sample K-S Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95515584
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.042
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan nilai dari signifikansi sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

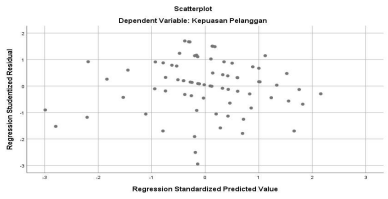
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.478	2.093
	Kualitas Pelayanan	.611	1.636
	Fasilitas	.579	1.726

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Melihat dari hasil diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel indepenpen mempunyai nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF <10. Jadi, dapat diartikann bahwa semua variabel independen tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Uji Heterokesdasititas



Sumber: Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan gambar yang tertera, menunjukan tidak adanya pola/titik-titik mayoritas yang menyebar dibawah atau diatas angka 0 pada sumbu y atau mayoritas pola penyebarannya ditengah grafik, maka dapat diartikan tidak terindikasi masalah heteroskesdasititas.

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.572[a]	.327	.298	3.090	1.820

a. Predictors: (Constant), T.X3, T.X2, T.X1
b. Dependent Variable: T.Y1

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan hasil diatas, didapati nilai d ialah 1,820. Oleh karena itu, maka hasil ini dinyatakan telah memenuhi syarat dari uji autokorelasi. Sebab, Du < d < 4-dU atau 1,7092 < 1,820 < 2,2908.

Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
T.Y1 * T.X1	Between Groups	(Combined)	492.979	14	35.213	4.113	.000
		Linearity	241.727	1	241.727	28.234	.000
		Deviation from Linearity	251.253	13	19.327	2.257	.017
	Within Groups		513.687	60	8.561		
	Total		1006.667	74			

Sumber : Data dioalah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat bersama, Bahwa nilai sig. L sebesar 0,00 atau < 0,05 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang linier terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
T.Y1 * T.X2	Between Groups	(Combined)	127.999	16	8.000	.528	.921
		Linearity	9.337	1	9.337	.616	.436
		Deviation from Linearity	118.663	15	7.911	.522	.918
	Within Groups		878.667	58	15.149		
	Total		1006.667	74			

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat bersama, bahwa nilai sig. DFL sebesar 0,918 atau > 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan linier terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Variabel Fasilitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
T.Y1 * T.X3	Between Groups	(Combined)	381.169	15	25.411	2.397	.009
		Linearity	114.091	1	114.091	10.762	.002
		Deviation from Linearity	267.079	14	19.077	1.799	.060
	Within Groups		625.497	59	10.602		
	Total		1006.667	74			

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat bersama, bahwwa nilai sig. L sebesar 0,002 atau < 0,05 serta nilai sig. DFL 0,060 atau > 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang linier terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.572[a]	.327	.298	3.090	1.820

a. Predictors: (Constant), T.X3, T.X2, T.X1

b. Dependent Variable: T.Y1

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan hasil diatas, didapati nilai d ialah 1,820. Oleh karena itu, maka hasil ini dinyatakan telah memenuhi syarat dari uji autokorelasi. Sebab, Du < d < 4-dU atau 1,7092 < 1,820 < 2,2908.

Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
T.Y1 * T.X1	Between Groups	(Combined)	492.979	14	35.213	4.113	.000
		Linearity	241.727	1	241.727	28.234	.000
		Deviation from Linearity	251.253	13	19.327	2.257	.017
	Within Groups		513.687	60	8.561		
	Total		1006.667	74			

Sumber : Data dioalah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat bersama, Bahwa nilai sig. L sebesar 0,00 atau < 0,05 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang linier terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
T.Y1 * T.X2	Between Groups	(Combined)	127.999	16	8.000	.528	.921
		Linearity	9.337	1	9.337	.616	.436

		Deviation from Linearity	118.663	15	7.911	.522	.918
	Within Groups		878.667	58	15.149		
	Total		1006.667	74			

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat bersama, bahwa nilai sig. DFL sebesar 0,918 atau > 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan linier terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Variabel Fasilitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
T.Y1 * T.X3	Between Groups	(Combined)	381.169	15	25.411	2.397	.009
		Linearity	114.091	1	114.091	10.762	.002
		Deviation from Linearity	267.079	14	19.077	1.799	.060
	Within Groups		625.497	59	10.602		
	Total		1006.667	74			

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Dapat dilihat bersama, bahwwa nilai sig. L sebesar 0,002 atau < 0,05 serta nilai sig. DFL 0,060 atau > 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel fasilitas memiliki hubungan yang linier terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Analisis Regresi Linier Berganda (Uji Hipotesis)

Uji analisis linier berganda bertujuan untuk memeriksa besarnya keterhubungan dengan menggunakan data variabel independen yang sudah diketahui besarnya (Ghozali, 2016). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi dua prediktor atau berganda.

Uji T (Parsial)

Uji T pada dasarnya, digunakan untuk mengukur seberapa pengaruh masing-masing variabel independen yang dimasukan ke dalam model terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan hasil nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai t hitung lebih tinggi dari 0,05 maka hipotesis nol (H0) diterima, artinya variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4.659	4.410		1.056	.294
	T.X1	.457	.100	.451	4.583	.000
	T.X2	.115	.102	.110	1.129	.263
	T.X3	.298	.104	.283	2.875	.005

a. Dependent Variable: T.Y1

Sumber: Data diolah dengan SPSS 2024

Diketahui nilai signifikansi X1 terhadap Y ialah 0,00 < 0,05 serta nilai t_{hitung} 4,583 > t_{tabel} 1,993 sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis **Diterima**.
Diketahui nilai signifikansi X2 terhadap Y ialah 0,263 > 0,05 serta nilai t_{hitung} 1,129 < t_{tabel} 1,993 sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis **Ditolak**.
Diketahui nilai signifikansi X3 terhadap Y yaitu 0,005 < 0,05 serta nilai t_{hitung} 2,875 < t_{tabel} 1,993 maka dapat diasumsikan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis **Diterima.**

Uji F (Simultan)

Uji ini pada umumnya menunjukan seberapa pengaruh semua variabel independen yang dimasukan dalam model tersebut secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji F memiliki tujuan untuk menguji tingkat pengaruh dari keseluruhan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak, namun apabila nilai signifikansi > 0,05 maka Ho diterima.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.908	3	109.636	11.485	.000[b]
	Residual	677.759	71	9.546		
	Total	1006.667	74			

a. Dependent Variable: T.Y1
b. Predictors: (Constant), T.X3, T.X2, T.X1

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2024

Berdasarkan tabel anova diatas memperlihatkan nilai sebesar 0,00 < 0,05 serta f_{hitung} 11,485 > 2,73 maka dapat diartikan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hipotesis **Diterima**.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kualitas Produk Banyak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

   Dilihat dari tabel 4.11 dapat dideskripsikan bahwa kualitas produk Pondok Jahe Geprek Samsudin memiliki pengaruh yang banyak terhadap tingkat kepuasan dari pelanggan Pondok Jahe Geprek Samsudin dengan nilai uji t (parsial) 4,583 > 1,993 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05.

2. Kualitas Pelayanan Tidak Banyak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

   Dilihat dari tabel 4.11 dapat dideskripsikan bahwa kualitas pelayanan Pondok Jahe Geprek Samsudin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pondok Jahe Geprek Samsudin dengan nilai uji t (parsial) 1,129 < 1,993 dan nilai signifikansi 0,263 > 0,05.

3. Fasilitas Banyak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

   Dilihat dari tabel 4.11 dapat dideskripsikan bahwa fasilitas Pondok Jahe Geprek Samsudin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pondok Jahe Geprek Samsudin dengan nilai uji t (parsial) 2,875 > 1,993 dan nilai signifikansi 0,005 < 0,05.

4. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pondok Jahe Geprek Samsudin

Dilihat dari tabel 4.13 dapat diartikan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan Pondok Jahe Geprek Samsudin dengan nilai uji f (simultan) 11,485 > 2,73 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05.

Saran Praktis

Pada saran praktis ini, peneliti akan memberi gambaran berdasarkan hasil penelitian yang dapat diimplementasikan pada objek penelitian ini. Berikut beberapa saran praktis dari peneliti :

1. Kualitas produk Jahe Geprek Samsudin cukup bagus, diperlukan sebuah konsistensi dan dapat menambah varian produk agar pelanggan tetap merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan.
2. Kualitas pelayanan Pondok Jahe Geprek Samsudin cukup baik, namun tidak perlu melakukan inovasi berlanjut, sebab pengaruh yang dihasilkan terhadap kepuasan pelanggan sangat minim.
3. Fasilitas Pondok Jahe Geprek Samsudin cukup memadahi, diperlukan perawatan untuk beberapa fasilitas dan dapat menambah beberapa *furniture* atau kesan didalam ruangan serta luar ruangan agar pelanggan dapat nyaman dan tidak jenuh dengan tampilan dalam dan luar dari Pondok Jahe Geprek Samsudin.

Saran Teoritis

Pada saran teoritis ini, peneliti akan mengansumsikan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut penjabaran saran teoritis terkait hal tersebut :

1. Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk apabila unggul diharapkan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik, handal, serta sesuai kebutuhan dapat menciptakan rasa percaya pada pelanggan secara positif dan masif. Semakin baik kualitas produk, semakin besar kemungkinan pelanggan akan merasa puas dan terus melakukan pembelian ulang terhadap UMKM/perusahaan tersebut.

2. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik belum tentu memberikan kesan positif pada pelanggan kaitannya dengan pengalaman pelayanan UMKM, sehingga tidak memastikan dapat mendorong mereka untuk selalu menjadikan suatu UMKM sebagai pilihan prioritas dalam bidang tertentu. Semakin unggul kualitas dari pelayanan, akan semakin tinggi belum tentu pelanggan merasa puas.

3. Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan

Fasilitas yang memadahi, layak serta bersih, dapat dijadikan salah satu nama baik bagi UMKM/perusahaan. Fasilitas yang sesuai kebutuhan pelanggan akan menjadikan mereka nyaman berada di suatu tempat usaha, sehingga memunculkan kepuasan pelanggan.

4. Bagi penelitian mendatang

Penelitian ini boleh dijadikan sebuah pertimbangan guna meneliti faktor lain yang belum terungkap selain ketiga variabel independen pada riset ini yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas Pondok Jahe Geprek Samsudin. Oleh sebab itu, diharapkan dalam penelitian berikutnya, dapat mengkaji faktor-faktor / variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari Pondok Jahe Geprek Samsudin tersebut.

Daftar Pustaka

Afifah, Roby Setiadi, et al. (2021). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk Tape Ketan Daun Jambu. *JECMA*, *1*(2), 37–41.

Agustini Tanjung, et al, . (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen MC Donals Lippo Cikarang. *SEMANIS*, *2*(1), 372–378.

Ainul Musyafiah, Roby Setiadi, S. I. (2022). Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rimba*, *1*(3), 289–299.

Alvin Mariansyah & Amirudin Syarif. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM*, *3*(2), 134–144.

Andi Yulianto, et al, . (2021). Pengaruh Product Quality, Service dan Trust terhadap Purchase Intension Online. *JECMA*, *3*(1), 50–60.

Aria Mulyapradana, et al, . (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, *3*(1).

Bahrun Khairul, K. G. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS*, *4*(1), 44–51.

Brigitte Tombeng et al. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA*, *7*(1), 891–900.

Dealisna Pantilu, Rosalina A.M. Koleangan, F. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA*, *6*(4), 3723–3732.

Dika Nur Rokhim. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi*. Universitas Muhamadiyah Surakarta.

Dimas Dwi Kurniawan, E. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME : Journal of Management*, *5*(1), 348–358.

Dumadi, et al. (2021). Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *JECMA*, *2*(1), 45–56.

Eka Putri Maulidiah, Survival, B. B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomina*, *2*(3), 728–737.

Hendri Sucipto. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Caffe Jetto Brebes. *EKOMA*, *3*(3), 177–185.

Ihwan Arifin. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS SAFIR Kota Bengkulu*.

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro Press.

Imron Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *IJSE*, *5*(1), 19–28.

Jalaliah, Hilda. K.W., D. (2022). Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu. *Aurelia: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *1*(1), 68–77.

Khoirul Anam. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Studi Kasus Cafe Kopi Desa (Telang). *Jurnal Valuasi*, *3*(2), 864–881.

M. Ibnu Nasirin, D. dan S. I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Tend Kopi Sitanggal. *JLEB*, *1*(2), 551–557.

Mahira, Prasetyo Hadi, H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *KORELASI*, *2*, 1267–1283.

Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Mirai Management*, *8*(2), 183–197.

Ni Luh Putu Apriliani, Ni Putu Nita Anggraini, P. K. R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Water Garden Candidasa Bali. *Jurnal EMAS*, *3*(3), 217–230.

Nur Kiman, et al. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *JECMA*, *1*(1), 92–101.

Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.)). Alfabeta.

Putri Novita Sari, Dumadi, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, *6*(2), 4776–4788.

Roby Setiadi, et al. (2022). The Effect of Perceived Price dan Service Quality on Customer Satisfaction of Healthy Baby Food Counters. *Food Science and Technology*, *10*(2), 17–21.

Sanjaya & Wina. (2015). *Penelitian Pendidikan*. Prenada Media Group.

Siswanto & Suyanto. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional*. BOSSSCRIPT.

Sugiyono. (2018). *Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.

Syaiful Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Erang Risanto (ed.)). ANDI.

Taufiqul Huda, Sri Nuringwahyu, A. C. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIAGABI*, *14*(3), 85–92.

Wibowo & Khuzaini. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIRM*, *9*(5).

Wilibrodus RB Wijaya, et al, . (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.

Yohana Y. M. & Retno B. L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, *7*(2), 17213–17218.