

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kewirausahaan UMKM Kuliner (Studi Kasus Restoran “Miss Mojito” di Labuhan Ratu, Bandar Lampung)

Syahril Daud¹, Bagas Jakti Wisesa², Arya Auralio Joyo³, Alvian Sunjaya⁴
^{1,2,3,4} Management, Universitas Bandar Lampung

e-mail: syahril.daud@ubl.ac.id¹, bagas.21011204@student.ubl.ac.id²,
arya.21011035@student.ubl.ac.id³, alvian.21011155@student.ubl.ac.id⁴

Abstrak

Tujuan daripada penelitian ini ialah untuk mengidentifikasikan sejauh mana kepuasan pelanggan Miss Mojito di Labuhan Ratu Bandar Lampung dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Rumus Cochrane digunakan untuk menentukan besar sampel sebanyak 100 responden untuk penelitian kuantitatif ini. IBM SPSS digunakan untuk menganalisis data. Perolehan hasil pengamatan menampilkan bahwa kualitas produk serta layanan yang diberikan terpengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada aspek-aspek tersebut dapat berujung pada peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung Miss Mojito, salah satu UMKM di Labuhan Ratu, Bandar Lampung, dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan senantiasa menghadirkan produk dan layanan yang berkualitas. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

The purpose of this research is to assess the correlation between customer satisfaction and the quality of products and services offered by Miss Mojito in Labuhan Ratu, Bandar Lampung. The sample size for this quantitative investigation was determined using the Cochrane formula, which produced a total of 100 respondents. The data was analyzed using IBM SPSS. The findings indicate that customer satisfaction is positively and significantly impacted by the quality of both goods and services. This implies that enhancing these elements could lead to increased customer satisfaction. The study aims to assist Miss Mojito, a small business in Labuhan Ratu, Bandar Lampung, in maintaining and enhancing customer satisfaction through consistent delivery of high-quality goods and services. The ultimate goal of this project is to improve customer satisfaction and foster greater client loyalty.

Keywords : *Quality of Product, Quality of Service, Satisfaction of Customers*

PENDAHULUAN

Menurut (Sembiring, 2014) Industri kuliner merupakan salah satu sektor jasa yang tumbuh paling pesat, bahkan di masa krisis. Pertumbuhan ini didorong oleh hakikat makanan sebagai kebutuhan dasar daripada manusia. Selama kebutuhan tersebut layaknya makanan dan minuman terpenuhi, maka menciptakan tumbuhnya serta berkembangnya industri kuliner. Sejalan dengan perkembangan ini, jumlah rumah makan pun meningkat, mulai dari rumah makan tradisional hingga rumah makan cepat saji. Saat ini, konsumen perkotaan tidak hanya dipengaruhi oleh fungsi suatu produk dalam keputusan pembelian mereka. Agar tetap kompetitif, UMKM mengutamakan ekspektasi daripada pelanggann berdasarkan penyediaan produk serta layanan berkualitas tinggi.

Memberikan layanan berkualitas dengan memenuhi kebutuhan pelanggan harus dilengkapi dengan penawaran produk berkualitas tinggi. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelanggan kepuasan daripada pelanggan yang ada bukan hanya melalui produk namun juga oleh layanan yang diberikan oleh perusahaan (Putri, 2021). Ketika pelanggan merasa telah menerima

nilai atas pembelian mereka, mereka cenderung mengalami rasa puas dan terhindar dari perasaan menyesal. (Elsi, 2020) Pada akhirnya, layanan berkualitas tinggi merupakan persyaratan mendasar bagi pelanggan. Kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam dunia bisnis yang kompetitif sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, karena hal itu memfasilitasi penjualan yang stabil dan berpotensi mendorong pertumbuhan. restoran fast food Miss Mojito adalah restoran UMKM yang berdiri sejak 2019 di Labuhan Ratu, Bandar Lampung, dengan fokus utama pada penyajian makanan dan minuman yang berkualitas, khususnya variasi mojito dan hidangan khas lainnya. Nama "Miss Mojito" mencerminkan semangat restoran untuk menyajikan pengalaman kuliner yang memikat dan memberikan kenangan kepada pelanggan, agar mereka selalu kembali. Bagian restorannya ini memiliki tanggung jawab mengimplementasikan penggunaan bahan-bahan yang segar yang memiliki signifikansi yang maksimal pada setiap produk yang akan disajikan, dengan tujuan memberikan pengalaman makan yang tak terlupakan. Namun, untuk tetap bersaing di pasar kuliner yang semakin kompetitif, Miss Mojito harus memastikan bahwa harapan pelanggan dapat terpenuhi dan tingkat kepuasan yang tinggi dapat dihasilkan melalui kualitas barang dan jasa yang ditawarkan.

Dalam menjalankan operasionalnya, Miss Mojito menghadapi berbagai tantangan. Pertama, pentingnya menjaga kualitas produk yang konsisten agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Kedua, kualitas pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional menjadi kunci dalam memberikan pengalaman yang memuaskan. Ketiga, dengan banyaknya pilihan restoran sejenis, Miss Mojito harus menemukan cara untuk membedakan dirinya agar dapat menarik lebih banyak pelanggan. Terakhir, perlu dilakukan analisis mendalam terhadap dampak yang memiliki dampak atas kepuasan pelanggan diutamakan dengan kualitas produk dan pelayanan, untuk menjaga keberlanjutan bisnis di tengah persaingan pasar yang ketat.

Adapun rumusan masalah yang ada pada penelitian ini ialah bagaimana pengaruh kualitas produk, yang meliputi variasi mojito yang inovatif dan berbagai hidangan lainnya yang ditawarkan restoran, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf, terhadap tingkat kepuasan pelanggan di restoran UMKM Miss Mojito yang terletak di Labuhan Ratu, Bandar Lampung. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana kualitas produk, seperti variasi mojito yang inovatif dan berbagai hidangan lainnya yang ditawarkan restoran, serta berpengaruh kepada kualitas pelayanan yang dikontribusikan daripada staf lalu kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan pula.

Adapun tujuan daripada penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi sejauh mana loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan melalui kepuasan pelanggan pada UMKM restoran Miss Mojito, serta menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan itu dipengaruhi oleh kualitas produk yang ada pada UMKM restoran Miss Mojito.

Penelitian ini menawarkan perspektif unik dengan meneliti pengaruh kualitas produknya serta pelayanan dari segi kualitas bagi kepuasan pelanggan di UMKM Miss Mojito di Labuhan Ratu, Bandar Lampung. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi mengenai Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Produk (Ibrahim, 2019). Ditegaskannya, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Namun hasil ini bertentangan dengan hasil temuan oleh (Hartanto, 2019), menguraikan dimana kepuasan pelanggan pada kafe di daerah surabaya tidak memiliki dampak atau pengaruh secara signifikan bagi kualitas produk itu sendiri. Selanjutnya, (Putri, 2021); (Gofur, 2019); (Lesmana, 2019) hasil pengamatannya menemukan bahkan variabel kepuasan pelanggan itu sendiri secara langsung bisa dipengaruhi dengan baik oleh kualitas pelayanan itu sendiri.

Pengamatan ini harapannya bisa menyediakan sumbangan yang signifikan untuk dikembangkannya tahapan-tahapan pemasaran dan manajemen kualitas produk dan pelayanan di UMKM restoran, khususnya bagi Miss Mojito. Selain itu pengamatan ini juga akan menyediakan wawasan kepada pengelola restoran lain mengenai pentingnya loyalitas pelanggan dapat dipertahankan serta ditingkatkan dengan kepuasan pelanggan itu lalu bagaimana pengelolaan kualitas produk dan pelayanan yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam bisnis kuliner.

Kualitas Produk

Kotler & Armstrong dalam (Kiswanto, 2019) acuan dari kualitas produk ini pada dasarnya memiliki kemampuan untuk pemenuhan harapan dan tujuan yang diinginkan sebagaimana

mestinya contohnya, ketepatan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan kemudahan perbaikan. Kualitas-kualitas ini secara kolektif menentukan seberapa baik kinerja produk dan memenuhi harapan pelanggan. (Permana, 2023) kualitas produk adalah hasil penggabungan dari strategi pemasaran, rekayasa produksi, dan upaya pemeliharaan yang bertujuan untuk menghasilkan barang yang selaras dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

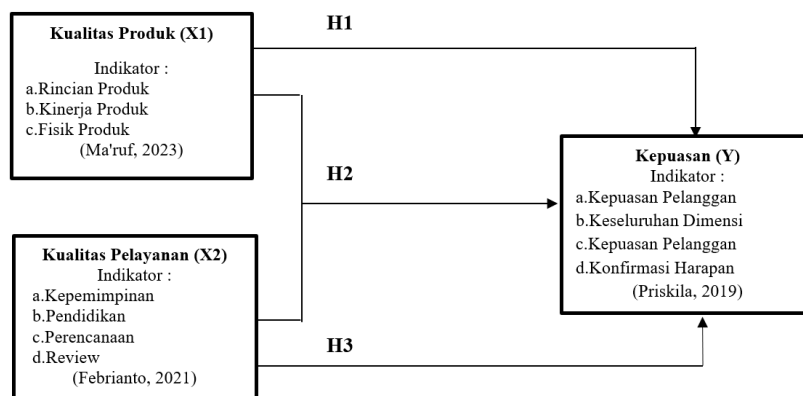
Menurut (Haryono, 2023) *American Society for Quality Control*, kualitas layanan mengacu pada ciri-ciri keseluruhan sebuah bahan atau layanan yang menentukan daya kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan maupun yang tidak dinyatakan. Sederhananya, kualitas layanan dievaluasi dengan membandingkan harapan pelanggan dengan pengalaman aktual mereka terhadap layanan yang diberikan (Solikha, 2020).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan muncul ketika individu membandingkan kinerja suatu produk dengan ekspektasi awal mereka, yang mengarah pada perasaan puas atau kecewa (Rokmah, 2023). Sedangkan (Damongilala, 2023) mendefinisikan kepuasan sebagai reaksi pribadi terhadap pembelian, yang tercermin dalam keadaan emosional seperti marah, tidak puas, netral, gembira, atau senang. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai evaluasi kognitif apakah hasil yang diperoleh selaras (cocok/menyenangkan) atau tidak selaras (tidak sesuai/tidak menyenangkan) dengan pengorbanan atau upaya yang dilakukan selama proses pembelian (Audia, 2024).

Kerangka Konseptual

Penelitian ini membahas hubungan bagi X1 sebagai kualitas produk, X2 yang dinyatakan dengan kualitas pelayanan serta Y yang dimaknai dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk meliputi elemen-elemen seperti rasa, keunikan, dan kesegaran, sedangkan kualitas pelayanan berfokus pada kecepatan, keramahan, dan profesionalisme staf. Kedua daripada variabel itu dipercaya mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan yang disebut sebagai (Y). Kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk membangun loyalitas, yang pada gilirannya mendorong pembelinya demi mengimplementasikan barang-barang yang sudah diberikan tawaran bagi restoran itu sendiri.



Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori dan kerangka konseptual sudah diuraikan, pada pengamatan penulis merumuskan tiga hipotesis diuraikan dibawah ini:

1. Hipotesis 1 (H1): Kepuasan pelanggan di Miss Mojito dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk.
2. Hipotesis 2 (H2): Kualitas pelayanan berdampak baik untuk kepuasan pelanggan di Miss Mojito.
3. Hipotesis 3 (H3): Kepuasan pelanggan memediasi hubungan yang positif yaitu kualitas produk kemudian kualitas pelayanan begitu pula loyalitas pelanggan.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan kuantitatif dengan desain survei adanya analisis atas dampak daripada kualitas produk serta memikirkan bagaimana kualitas atau mutu layanan yang diberi bisa meningkatkan kepuasan pelanggan itu sendiri bagi restoran Miss Mojito. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari pelanggan yang telah mengunjungi restoran untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

Metode Penelitian

Pengamatan dengan cara kualitatif deskriptif diimplementasikan dalam pengamatan ini, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner. Kuesioner dirancang untuk menilai pandangan daripada pelanggan terhadap kualitas produk lalu kualitas layanan, kemudian kepuasan secara keseluruhan. Guna mendapati sampel daripada penelitian ini, maka dari itu dipergunakan teknik pengambilan sampel yang tidak disengaja. Metode ini melibatkan pemilihan partisipan yang ada serta bersedia, sehingga mereka mampu untuk dimasukkan sebagai responden. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran, yang umumnya diterapkan ketika jumlah populasi tidak diketahui:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperlukan total 96 sampel. Demi kepraktisan dan memastikan representasi yang memadai, ukuran sampel dibulatkan menjadi 100 responden untuk penelitian ini. (Ardianto, 2020).

Metode Analisis

Data yang dikumpulkan akan dianalisis mengimplementasikan pengalisan cara cara linier berganda demi pengujian kualitas produknya dan kualitas pelayanannya untuk kepuasan pelanggannya sendiri. Penganalisaan ini juga akan mengeksplorasi bagaimana kepuasan pelanggan dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap restoran. Temuan dari analisis ini harapannya bisa menyediakan wawasan strategis yang bermanfaat untuk pengelolaan kualitas produk dan pelayanan di Miss Mojito, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Data dan Analisis Data

UJI Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Sarana untuk melihat kevalidan suatu kuesioner yang diteliti lalu diimplementasikan disebut dengan uji validitas

Tabel 1.Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,460	0,1966	Valid
	X1.2	0,796	0,1966	Valid
	X1.3	0,763	0,1966	Valid

	X1.4	0,846	0,1966	Valid
	X1.5	0,763	0,1966	Valid
X2	X2.1	0,843	0,1966	Valid
	X2.2	0,853	0,1966	Valid
	X2.3	0,816	0,1966	Valid
	X2.4	0,780	0,1966	Valid
	X2.5	0,900	0,1966	Valid
Y	Y1.1	0,867	0,1966	Valid
	Y1.2	0,816	0,1966	Valid
	Y1.3	0,852	0,1966	Valid
	Y1.4	0,769	0,1966	Valid
	Y1.5	0,866	0,1966	Valid

Sumber : *output* SPSS (2024)

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan 100 sampel dapat diketahui jika nilai R hitung > R tabel diperoleh serta dimiliki dari item pertanyaan X1 yang dinyatakan sebagai kualitas produk, X2 yang diungkapkan sebagai kualitas pelayanan lalu Y disebut dengan kepuasan. Maka semua variabel dinyatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Apabila nilai cronbach's alpha dinyatakan tinggi daripada 0,60 (>0,60), uji realibilitas dinyatakan reabel

Tabel 2. Uji Releabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reability
X1	0.770	Reliabel
X2	0.894	Reliabel
Y	0,890	Reliabel

Sumber : *output* SPSS (2024)

Hasil daripada tabel yang diuraikan di atas mendapati nilai cronbachs alpha > 0,60 sehingga dinyatakan keseluruhan unsur atas pertanyaan yang disebutkan dan akan dikatan reliabel sebagaimana mestinya.

Uji Asumsi Klasik

Melanjutkan uji analisis data lebih dipergunakan yang namanya uji asumsi klasik ini. Data yang ada, dapat diketahui oleh uji asumsi klasik sehingga di olah berdistribusi normal dan tidak terjadi multikolieritas, serta tidak terdapat kondisi heteroskedatisitas sehingga uji ini diterapkan dan digunakan.

1. Uji Normalitas

Tujuannya pengetahuan data yang akan dilakukan penelitian untuk pendistribusian yang secara normal bahkan tidak nomrla digunakan untuk normalitas. Perolehn hasil uji daripada penelitian ini ialah di bawah ini:

**Tabel 3. Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15002038
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.032
	Negative	-.048
Test Statistic		.048

Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.837	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.828
		Upper Bound	.847

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : *output* SPSS (2024)

Nilai residual diketahui terdistribusi normal karena hasilnya mengidentifikasi dengan nilai ialah $0,20 > 0,05$ pada tabel di atas. Dengan demikian menampilkan bahwa dugaan normalitasnya bisa dipenuhi dengan sebaik mungkin.

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan untuk meninjau apakah terdapat *variable independent* yang memiliki korelasi antar *variable independent* lain terdapat modul yang sama. Jika dinyatakan tidak terjadi multikolineritas berarti disimpulkanlah $VIF < 10$.

Tabel 4. Uji Multikolineritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.183	3.003		1.726	.096	
	X1	.142	.122	.142	2.170	.003	.883
	X2	.329	.180	.318	2.834	.004	.430
	X3	.512	.151	.566	3.392	.002	.466

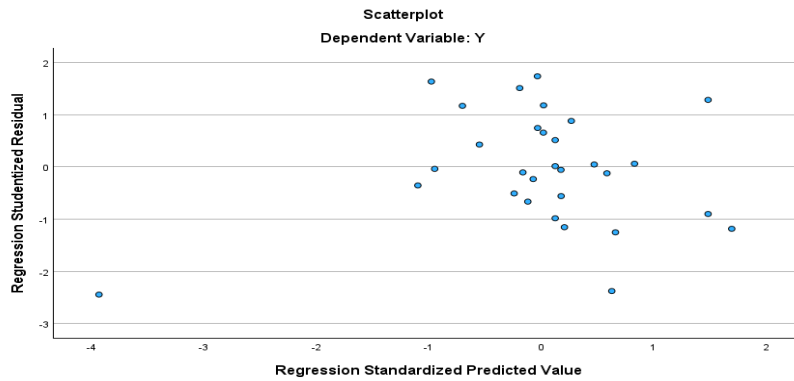
- a. Dependent Variable: Y
- Sumber : *output* SPSS (2024)

Dengan demikian perolehan pengamatan ini yang ditunjukkan pada tabel tersebut menunjukkan bahwa X1 dan X2 mendapatkan hasil nilai tolerance berada di angka 0,1 lalu nilai VIFnya variable X1 adalah 1,132, nilai VIF variabel X2 adalah 2,323. Karna kedua variable tidak mengalami gejala multikolonitas berarti nilai VIF kecil dari 10 kemudian mendapatkan nilai daripada *tolance* diatas 0,1.

3. Uji Heterokoditas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat varians yang tidak sama dalam residual di seluruh observasi dalam model regresi. Uji ini membantu mengidentifikasi apakah variabilitas suku galat tetap konstan atau berfluktuasi di berbagai tingkat variabel independen.

Tabel 5.Uji Heterokeditas



Sumber : *output* SPSS (2024)

Berdasarkan hasil dari uji heterokeditas tersebut menunjukkan bahwa penyebaran titik titiknya tidak berpola. Hal ini menunjukkan data tersebut dapat dinyatakan homoskeditas.

Uji Regresi Linier Berganda

Jika ingin menentukan bagaimana kedua variabel tersebut saling mempengaruhi, dipergunakanlah analisis regresi linier berganda. Kepuasan pelanggan (Y), kualitas layanan (X2), dan kualitas produk (X1) masing-masing pada model regresi linear berganda disebut atau dikatakan dengan variabel bebas seta variabel terikat oleh pengamatan ini. Hasil dari analisis ini dirincikan pada tabel yang ada di bawah ini yaitu:

Tabel 6.Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstadarized Coeficients		Standardized Coefficients		Sig.	Colinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.960	1.121		1.749	.084	
	X1	.201	.094	.183	2.131	.036	2.665
	X2	.681	.083	.704	8.208	<,001	.375

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *output* SPSS (2024)

Persamaan berikut diperoleh dengan menerapkan hasil ke dalam model regresi linier berganda: $Y = 0,681 (X2) + 0,201 (X1) + 1,960$. Menurut persamaan regresi ini, jika nilai variabel independen dianggap konstan, nilai konstan 1,960 menunjukkan tingkat dasar kepuasan pelanggan. Dengan asumsi semua variabel lain tetap tidak berubah, koefisien positif 0,201 untuk kualitas produk (X1) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan dengan total 0,201. Demikian pula, serta unsur variabel lainnya yang tetap konstan, koefisien positif 0,681 untuk kualitas layanan (X2) menunjukkan bahwa ketika kualitas layanan meningkat, kepuasan pelanggan naik secara maksimal nenunjukkan nilai 0,681.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial diimplementasikan dalam diketahui dari setiap X1,X2 bagi variable Y. Uji T diimplemnetasikan atas perbandingan T tabel terhadap penelitian dengan $dr = n-k-1$ sehingga mendapatkan nilai T tabel = 1,984 dan tingkat signifikasi $a=0,05$. Dibawah ini ialah perolehan hasil uji t sebagaimana diuraikan dibawah ini:

**Tabel 7.Uji Parsial
 Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.960	1.121		1.749	.084		
	X1	.201	.094	.183	2.131	.036	.375	2.665
	X2	.681	.083	.704	8.208	<.001	.375	2.665

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *output* SPSS (2024)

Tabel di atas itu dapat disimpulkan jika:

- 1) H1 diterima dibuktikan dengan T hitung > T tabel (2,131 > 1,984) lalu dijelaskan oleh hasil uji T X1 yang dimaknai kualitas produk. Dengan mendapat 0,036 < 0,05, menampilkan jika kepuasan pelanggan yang dinyatakan sebagai Y terpengaruhi positif pada kualitas produk yang dinyatakan sebagai X1.
- 2) H2 tersebut diterima karena T hitung > T tabel (8,208 > 1,984) 0,001 < 0,05, menjelaskan bahwa variabel Y dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan yang direpresentasikan sebagai X2, berdasarkan uji T, khususnya X2 sebagai kualitas pelayanan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengamatan ini tujuannya bisa mengetahui jika terdapat gabungan variabel independen berdampak bagi unsur dependen yang diimplementasikan dengan pengujian F. Dengan mengetahui apakah varians pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh gabungan variabel independen, uji ini membantu mengevaluasi kesesuaian model regresi secara keseluruhan.

**Tabel 8.Uji Simultan
 ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1251.724	2	625.862	132.657	<.001 ^b
	Residual	457.636	97	4.718		
	Total	1709.360	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : *output* SPSS (2024)

Nilai F dengan total senilai 132,657 secara maksimal dari nilai F tabel senilai 3,09, dan nilai signifikansinya di bawah 0,05, yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (Y), Kualitas Layanan (X2), dan Kualitas Produk (X1). Hal ini menunjukkan bahwa H3 didukung.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini disebut dengan koefisien determinasi yang mana tujuannya menilai model regresi untuk memperhitungkan variasi dalam unsur dependennya sendiri dalam pengamatan ini. Rincian lebih lanjut dan analisis hasil disediakan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 9.Uji Koefisien Determinasi
 Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.727	2.17207

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : *output* SPSS (2024)

Hasil daripada penelitian ini didapatkan nilai R^2 (R Square) dengan 0,856. Hal tersebut menampilkan jika variabel bebas itu mengkontribusikan sebesar 85,6% (atau 0,856) dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan dimana Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) dengan bersamaan memberikan dampak sebesar 85,6% terhadap Kepuasan Pelanggan, tetapi dampak lainnya yang tidak diambil di dalam pengamatan ini dapat menyediakan dampak besar dimana nilai atau skornya sneilai 14,4%.

SIMPULAN

Dari data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan diuraikan dibawah ini:

1. X1 yang disebut kualitas produk ini mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang bisa artikan jika semakin tingginya kualitas produk itu maka kepuasan pelanggan pun juga bisa mengalami peningkatan.
2. Loyalitas pelanggan mempengaruhi variabel kualitas pelayanan atau disebut X2. Hal ini menunjukkan jika kepuasan pelanggan tersebut menjadikan pelanggan atau konsumen kenyamanan kemudian mendorong untuk kembali dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
3. Di Bandar Lampung, kepuasan pelanggan (Y) ada hubungan positif serta signifikan terhadap X1 yang dinyatakan sebagai kepuasan pelanggan dengan X2 yang dimakani kualitas pelayanan. Ketika kedua faktor tersebut bekerja sama untuk menghasilkan kepuasan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62.
- Audia, N., Eninda, A. T., Kurniati, E., & Supriyaningsih, O. (2024). Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Beautyfy Clinic Bandar Lampung. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 3124-3130.
- Damongilala, Y., Rogahang, J. J., & Punuindoong, A. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grace Mart Tombatu. *Productivity*, 4(2), 179-187.
- ELSI, R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Keagenan Kapal (Studi kasus pada PT. Djakarta Lloyd (Persero) cabang Semarang). *SKRIPSI*.
- Febrianto, S. E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepemimpinan dan kerjasama tim: kepemimpinan, komunikasi efektif, pendekatan kepemimpinan tim, dan efektivitas tim (suatu kajian studi literature review ilmu manajemen terapan). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 598-609.
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di De Mandailing Café Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Haryono, M. F. Y., & Sumiati, S. (2023). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Paving Block Menggunakan Metode Statistical Quality Control (SQC) Dan Failure Mode Effect Analysis (FMEA) Di PT. Duta Beton Mandiri, Pasuruan. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 2(3), 45-65.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Kiswanto, K., Pudyarningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 14-22.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).

- Ma'ruf, A. (2023). *Analisis Kualitas Produk dan Brand Image pada Motor Sport Yamaha R Series di DI Yogyakarta ditinjau dari Perspektif Pelanggan* (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta).
- Priskila, T., & Priskila, A. (2019). Pengaruh kualitas website (webqual 4.0) dan kualitas pelayanan (servqual) online to offline (O2O) commerce terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 109-126.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1).
- Rokmah, S., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Menengah Ayam Geprek Keprek. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(1), 44-50.
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67-81.