

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Boci Sukarasa Teh Yuli di Kota Serang

Riki Gana Suyatna¹, Nurul Amalia², Muhamad Rifki³, Wisnu Aji⁴, Priya Tiang Grage⁵

¹Universitas Primagraha, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Boci Sukarasa Teh Yuli yang berlokasi di Kopo, Kota Serang, Banten. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Boci Teh Yuli dengan jumlah sampel sebanyak 44 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan program IBM SPSS. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh namun belum signifikan secara statistik. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,728 menunjukkan bahwa 72,8% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada UMKM Boci Teh Yuli dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama. Oleh karena itu, pihak pengelola disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan secara terpadu guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci

Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung mengutamakan konsumsi makanan praktis dan siap saji. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai usaha kuliner dengan produk yang relatif serupa sehingga tingkat persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Dalam situasi persaingan tersebut, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing usaha (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap pengalaman konsumsi yang dirasakan setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima (Oliver, 1997). Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Bagi UMKM kuliner, rekomendasi dari pelanggan memiliki nilai

strategis karena menjadi bentuk promosi yang efektif dengan biaya yang relatif rendah (Caruana, 2002).

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya sesuai dengan harapan konsumen, yang mencakup aspek rasa, konsistensi, kebersihan, dan tampilan produk (Kotler & Keller, 2016). Pada usaha kuliner, kualitas produk menjadi faktor dominan karena berkaitan langsung dengan pengalaman konsumsi pelanggan. Produk dengan kualitas yang baik dan konsisten akan membentuk persepsi positif serta meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2019).

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang dirasakan oleh pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif mampu menciptakan pengalaman positif yang melekat di benak pelanggan dan berkontribusi terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan (Lovelock & Wirtz, 2011).

Perkembangan teknologi dan media sosial turut memengaruhi cara konsumen menilai kualitas produk dan pelayanan. Konsumen semakin mudah membagikan pengalaman positif maupun negatif melalui media digital, sehingga kualitas produk dan pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan citra dan keberlangsungan usaha (Cronin & Taylor, 1992).

Boci (Bakso Aci) Teh Yuli merupakan salah satu UMKM kuliner di Kota Serang yang menghadapi dinamika persaingan tersebut. Meskipun memiliki pelanggan yang relatif stabil, masih terdapat perbedaan persepsi pelanggan terkait konsistensi kualitas produk dan pelayanan. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja usaha, yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Boci Sukarasa Teh Yuli di Kopo, Kota Serang, Banten.

Persaingan yang semakin ketat pada sektor UMKM kuliner menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan

tersebut tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam menciptakan nilai bagi pelanggan melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang unggul. Pelanggan saat ini tidak hanya membeli produk untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga mengevaluasi pengalaman konsumsi secara keseluruhan, mulai dari rasa produk hingga interaksi pelayanan yang diterima.

Dalam konteks pemasaran jasa dan produk kuliner, kualitas produk sering kali menjadi tolok ukur utama dalam penilaian pelanggan. Garvin (1987) menyatakan bahwa kualitas produk dapat dilihat dari berbagai dimensi, seperti kinerja, keandalan, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, serta estetika. Pada usaha kuliner, dimensi kualitas produk tercermin dalam cita rasa yang konsisten, kebersihan bahan dan proses produksi, serta tampilan penyajian yang menarik. Konsumen cenderung memiliki ekspektasi tertentu terhadap produk makanan, sehingga ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kinerja produk dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Di sisi lain, kualitas pelayanan juga menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan. Parasuraman et al. (1988) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam usaha kuliner skala UMKM, dimensi-dimensi tersebut tercermin dari kebersihan tempat usaha, kecepatan pelayanan, keramahan penjual, serta kemampuan dalam merespons keluhan pelanggan. Pelayanan yang baik mampu menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan pelaku usaha, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Anderson dan Sullivan (1993) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari evaluasi menyeluruh terhadap kinerja produk dan layanan yang diterima. Penelitian Rahayu dan Harsono (2018) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM, sedangkan Widodo dan Sutopo (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. Namun demikian, hasil penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan masih

menunjukkan temuan yang beragam, tergantung pada karakteristik usaha dan persepsi pelanggan.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks UMKM kuliner di daerah. Setiap usaha memiliki karakteristik pelanggan, pola pelayanan, dan standar kualitas produk yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Boci Sukarasa Teh Yuli menjadi relevan untuk memberikan gambaran empiris yang lebih spesifik sesuai dengan kondisi lapangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori nilai pelanggan yang menyatakan bahwa konsumen akan mengevaluasi manfaat utama yang diperoleh dari produk sebelum mempertimbangkan faktor pendukung lainnya (Zeithaml, 1988). Dalam konteks usaha kuliner, manfaat utama tersebut tercermin dari cita rasa, kualitas bahan, dan konsistensi produk yang dikonsumsi.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini mendukung temuan Rahayu dan Harsono (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan UMKM kuliner. Konsumen pada usaha kuliner skala kecil cenderung memiliki ekspektasi pelayanan yang relatif sederhana, sehingga kualitas produk menjadi tolok ukur utama dalam menilai kepuasan. Hal ini berbeda dengan usaha kuliner berskala besar atau restoran modern, di mana kualitas pelayanan sering kali menjadi faktor pembeda utama.

Sementara itu, kualitas pelayanan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang relatif lemah secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik usaha Boci Teh Yuli yang mengusung konsep sederhana dan pelayanan langsung. Pada konsep usaha seperti ini, pelanggan lebih memprioritaskan kecepatan penyajian dan rasa produk dibandingkan aspek pelayanan yang bersifat formal. Meskipun demikian, kualitas pelayanan tetap memiliki peran penting dalam mendukung pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan tidak dominan secara parsial, keberadaannya tetap berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan ketika dikombinasikan dengan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Anderson dan Sullivan (1993) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aspek yang dirasakan selama proses konsumsi.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah pentingnya bagi pelaku UMKM kuliner untuk menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan. Peningkatan kualitas produk harus menjadi prioritas utama, terutama dalam menjaga konsistensi rasa dan kebersihan. Namun demikian, pelaku usaha juga perlu memperhatikan aspek pelayanan dasar seperti keramahan dan ketepatan pesanan agar pengalaman pelanggan tetap positif.

Selain implikasi praktis, penelitian ini juga memiliki implikasi teoritis bagi pengembangan kajian pemasaran UMKM. Hasil penelitian ini memperkuat teori kepuasan pelanggan yang menekankan pentingnya evaluasi menyeluruh terhadap produk dan pelayanan. Selain itu, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat bersifat kontekstual, tergantung pada jenis dan skala usaha yang diteliti.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal (eksplanatori). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel berdasarkan data numerik yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2019). Penelitian kausal bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Boci Sukarasa Teh Yuli yang berjumlah 80 orang. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 44 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, yang umum digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian (Ghozali, 2018).

Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi dengan bantuan program IBM SPSS. Penggunaan regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan (Ghozali, 2018).

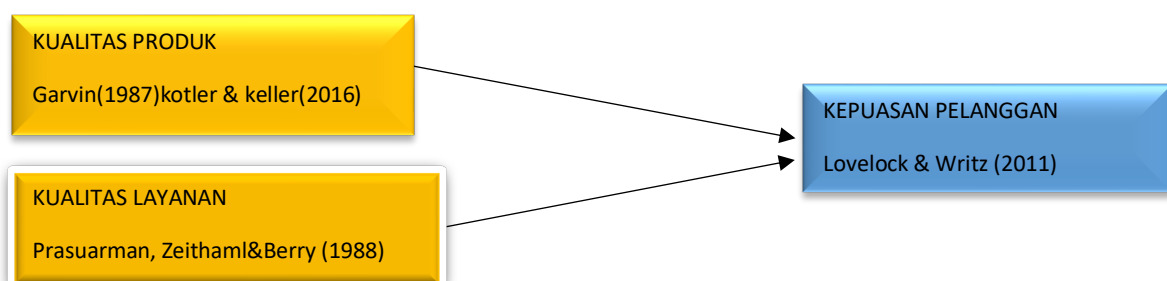
Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Kualitas produk diukur melalui indikator rasa, konsistensi produk, kebersihan, dan tampilan penyajian. Kualitas pelayanan diukur melalui indikator keramahan, kecepatan pelayanan, ketepatan pesanan, dan kemampuan merespons keluhan. Kepuasan pelanggan diukur melalui indikator kepuasan terhadap produk, kepuasan terhadap pelayanan, dan keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi antara skor item dengan skor total, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Selanjutnya, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan konseptual antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti. Kerangka pemikiran ini menunjukkan alur pemikiran peneliti dalam menjelaskan bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada UMKM Boci Sukarasa Teh Yuli di Kota Serang.

Dalam kerangka pemikiran tersebut, kualitas produk (X1) diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi harapan pelanggan, yang meliputi aspek cita rasa, konsistensi produk, kebersihan, dan tampilan penyajian. Produk dengan kualitas yang baik dan konsisten akan memberikan pengalaman konsumsi yang positif, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan (X2) juga diposisikan sebagai variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kualitas pelayanan berkaitan dengan interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan selama proses pelayanan, yang mencakup keramahan, kecepatan pelayanan, ketepatan pesanan, serta kemampuan dalam menanggapi keluhan pelanggan. Pelayanan yang baik diharapkan dapat menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka pemikiran ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial, tetapi juga secara simultan. Artinya, kepuasan pelanggan terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap kualitas produk yang dikonsumsi dan kualitas pelayanan yang diterima. Hubungan simultan ini menegaskan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner tidak dapat bergantung pada satu faktor saja, melainkan memerlukan pengelolaan kualitas produk dan pelayanan secara terpadu.

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menjadi dasar konseptual dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian, serta memberikan gambaran sistematis mengenai hubungan antarvariabel yang diuji dalam penelitian ini.

Tabel 2. Uji Hipotesis

Hipotesis	Original sample	T statistic	P value
$X^1 \rightarrow Y$.975	5.790	<0,001
$X^2 \rightarrow Y$	-.142	-.843	0,404
$X^1 \rightarrow X^2 \rightarrow Y$	-	54,871	<0,001

Sumber : data spss, (2025)

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan nilai original sample sebesar 0,975 dengan arah pengaruh positif. Nilai t-statistic sebesar 5,790 menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan memiliki kekuatan statistik yang tinggi. Selain itu, nilai p-value yang lebih kecil dari 0,001 mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Hubungan antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai original sample sebesar -0,142 yang menunjukkan arah pengaruh negatif. Nilai t-statistic sebesar -0,843 menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan relatif lemah. Nilai p-value sebesar 0,404 menunjukkan bahwa hubungan tersebut berpengaruh tapi tidak signifikan secara statistik.

Selanjutnya, pengujian hubungan kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) menghasilkan nilai t-statistic sebesar 54,871 dengan p-value lebih kecil dari 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan, meskipun tidak ditunjukkan oleh satu nilai original sample tunggal.

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini difokuskan pada analisis keterkaitan antara temuan empiris dengan teori serta hasil penelitian sebelumnya. Pendekatan ini penting untuk memperkuat posisi hasil penelitian dalam konteks kajian ilmiah dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada UMKM Boci (Bakso Aci) Teh Yuli tidak terbentuk secara parsial dari satu faktor saja, melainkan melalui evaluasi menyeluruh terhadap kualitas produk dan kualitas

pelayanan. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan (Oliver, 1997). Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja produk dan pelayanan mampu memenuhi atau melampaui harapan mereka.

Dalam konteks usaha kuliner, kualitas produk sering kali menjadi faktor dominan karena berkaitan langsung dengan pengalaman konsumsi. Namun demikian, kualitas pelayanan tetap berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat persepsi pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi. Kombinasi antara kualitas produk yang baik dan pelayanan yang memadai akan menciptakan pengalaman konsumsi yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan output uji t yang telah dilakukan, didapati nilai signifikansi mencapai $< 0,001$, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa secara parsial kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang merumuskan bahwa kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan dinyatakan diterima.

Selain itu, nilai rata-rata variabel kualitas produk menunjukkan bahwa pelanggan menilai produk Boci (Bakso Aci) Teh Yuli berada pada kategori yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa produk yang diberikan memiliki kualitas yang dapat memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Kualitas produk yang konsisten, baik itu dari segi rasa, penyajian, ataupun kebersihan, berkontribusi secara nyata dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan pernyataan Kotler dan Keller yang berpendapat bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan konsumen. Dalam konteks penelitian ini, kualitas produk Boci (Bakso Aci) Teh Yuli terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik kualitas produk yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang diperoleh.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hipotesis ini dalam penelitian ini menunjukkan dalam keunggulan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikan Sebesar 0,404, lebih besar dari 0,05. Sehingga menghasilkan secara parsial kualitas layanan berpengaruh tetapi pengaruhnya belum signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang menunjukkan signifikannya pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara parsial mampu diinterpretasikan bahwa Pelanggan menilai kedua variabel tersebut telah berada pada tingkat yang relatif baik dan stabil. Kondisi ini menyebabkan variasi persepsi pelanggan tidak cukup besar untuk menghasilkan pengaruh yang signifikan secara terpisah. Namun, jika Kualitas produk dan Kualitas layanan diuji secara simultan, pengaruhnya menjadi signifikan karena pelanggan menilai Kepuasan sebagai hasil evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman konsumsi oleh karena itu, hipotesis kedua(H2)sehingga menunjukkan dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, efeksi statistik deskriptif menyatakan dalam kualitas layanan pada Boci (Bakso Aci) Teh Yuli dinilai baik oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan dinilai ramah, cepat, dan responsif, sehingga mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif. Kondisi ini menyebabkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan relatif homogen, sehingga pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan tidak terlihat signifikan secara parsial.

Dalam penelitian ini hasilnya sinkron dengan teori kualitas layanan ini dikemukakan oleh Lovelock serta Wirtz, mengemukakan dalam kualitas layanan berperan penting dalam membuat kepuasan pelanggan. Namun, konteks penelitian ini, Pengaruh kualitas layanan menjadi lebih kuat apabila dikombinasikan dengan faktor lain, seperti kualitas produk, sebagaimana dibuktikan melalui hasil uji simultan.

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kaitan kualitas produk dan pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk cenderung positif akan menciptakan pengalaman konsumsi yang positif, jadi pelanggan merasakan bahwa kebutuhannya terpenuhi. Hal ini

menjadikan kualitas produk sebagai salah satu determinan utama dalam pembentukan kepuasan pelanggan. Namun, kualitas produk saja tidak cukup tanpa didukung oleh kualitas pelayanan yang memadai.

Kualitas pelayanan berperan sebagai pendukung kualitas produk karena pelayanan dilakukan dengan efektif mampu memperkuat persepsi pelanggan kepada produk yang dikonsumsi. Kepuasan pelanggan pada usaha kuliner umumnya terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterima secara simultan. Oleh karena itu, pengelolaan Kualitas produk dan kualitas layanan secara terpadu menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hipotesis ketiga dalam penelitian yang telah di uji menunjukkan bahwasannya Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada hasil uji simultan (uji F), memperoleh nilai yang signifikan sebesar $<0,001$, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Sehingga memperlihatkan jika kualitas produk dan kualitas pelayanan secara berdampingan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Hipotesis ketiga (H3) menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

Hasil analisis regresi menyatakan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,853, yang mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,728 menunjukkan bahwa sebesar 72,8% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 27,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Boci (Bakso Aci) Teh Yuli di Kopo, Kota Serang bukan hanya ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari hubungan antara kualitas produk dan kualitas layanan. Kualitas produk yang positif perlu didukung oleh kualitas pelayanan yang memadai agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan secara optimal. Oleh karena itu, meskipun secara parsial tiap-tiap variabel belum menunjukkan pengaruh yang signifikan, namun ketika diuji secara simultan, keduanya memberikan pengaruh yang kuat dan terhadap terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sinkron dengan teori kepuasan pelanggan ini dikemukakan oleh Kotler dan Keller, yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan terwujud dari evaluasi menyeluruh terhadap kinerja produk dan layanan. Dengan demikian, peningkatan kepuasan pelanggan pada Boci (Bakso Aci) Teh Yuli perlu dilakukan secara terpadu, baik melalui peningkatan kualitas produk maupun perbaikan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa dalam usaha kuliner skala mikro, peningkatan kepuasan pelanggan bukan didapat secara persial, tetapi dijalankan secara terpadu antara kualitas produk produk dan kualitas layanan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM untuk tidak hanya fokus pada satu aspek, tetapi mengelola kualitas produk dan layanan secara bersamaan

Hasil Penelitian yang menggambarkan pengaruh signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan menegaskan bahwa pelanggan menilai pengalaman konsumsi secara menyeluruh. Nilai Koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa Sebagian besar variasi kepuasan pelanggan bisa kedua variabel tersebut. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner dibuktikan secara persial, tetapi harus dibuktikan secara terpadu antara kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya pelaku UMKM kuliner untuk menjaga konsistensi kualitas produk sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya perbaikan yang berkelanjutan pada kedua aspek tersebut diharapkan bisa memberikan kepuasan pelanggan memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori nilai pelanggan yang menyatakan bahwa konsumen akan mengevaluasi manfaat utama yang diperoleh dari produk sebelum mempertimbangkan faktor pendukung lainnya (Zeithaml, 1988). Dalam konteks usaha kuliner, manfaat utama tersebut tercermin dari cita rasa, kualitas bahan, dan konsistensi produk yang dikonsumsi.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini mendukung temuan Rahayu dan Harsono (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan UMKM kuliner. Konsumen pada usaha kuliner skala kecil cenderung memiliki ekspektasi pelayanan yang relatif sederhana, sehingga kualitas produk menjadi tolak ukur utama dalam menilai kepuasan. Hal ini berbeda dengan usaha kuliner berskala besar atau restoran modern, di mana kualitas pelayanan sering kali menjadi faktor pembeda utama.

Sementara itu, kualitas pelayanan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang relatif lemah secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik usaha Boci Teh Yuli yang mengusung konsep sederhana dan pelayanan langsung. Pada konsep usaha seperti ini, pelanggan lebih memprioritaskan kecepatan penyajian dan rasa produk dibandingkan aspek pelayanan yang bersifat formal. Meskipun demikian, kualitas pelayanan tetap memiliki peran penting dalam mendukung pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan tidak dominan secara parsial, keberadaannya tetap berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan ketika dikombinasikan dengan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Anderson dan Sullivan (1993) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aspek yang dirasakan selama proses konsumsi.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah pentingnya bagi pelaku UMKM kuliner untuk menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan. Peningkatan kualitas produk harus menjadi prioritas utama, terutama dalam menjaga konsistensi rasa dan kebersihan. Namun demikian, pelaku usaha juga perlu memperhatikan aspek pelayanan dasar seperti keramahan dan ketepatan pesanan agar pengalaman pelanggan tetap positif.

Selain implikasi praktis, penelitian ini juga memiliki implikasi teoritis bagi pengembangan kajian pemasaran UMKM. Hasil penelitian ini memperkuat teori kepuasan pelanggan yang menekankan pentingnya evaluasi menyeluruh terhadap

produk dan pelayanan. Selain itu, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat bersifat kontekstual, tergantung pada jenis dan skala usaha yang diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Boci (Bakso Aci) Teh Yuli di Kopo, Serang, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap Boci (Bakso Aci) Teh Yuli.

Selanjutnya, kualitas layanan menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun pengaruh tersebut belum signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas layanan memiliki kontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan, faktor tersebut belum menjadi penentu utama kepuasan pelanggan secara parsial. Kondisi ini dapat disebabkan oleh persepsi pelanggan yang lebih menitikberatkan pada kualitas produk dibandingkan kualitas layanan dalam menilai kepuasan terhadap Boci (Bakso Aci) Teh Yuli.

Secara simultan, kualitas produk dan kualitas layanan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F yang signifikan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,728 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas layanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Boci (Bakso Aci) Teh Yuli, sementara kualitas layanan tetap memiliki peran pendukung yang perlu terus diperhatikan dan ditingkatkan guna menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Boci (Bakso Aci) Teh Yuli di Kopo, Kota Serang terbentuk dari

kombinasi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan secara terpadu. Oleh karena itu, upaya peningkatan kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara menyeluruh dengan memperhatikan kedua aspek tersebut secara bersamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction. *Marketing Science*, 12(2), 125–143.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 45–56.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Widodo, T., & Sutopo. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan*

- pelanggan UMKM kuliner. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 233–241
- Harga, D A N, Terhadap Loyalitas, and Alfia Febriatu Sholikhah. 2023. "MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI." 2.
- Mir'atul (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang disarankan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada PT dynasty han djaya. *Journal of business, economics, and finance*, 3 (2) 2268-2280
- Bambang S, Syifa A, Siti N . (2025) Pengaruh kualitas produk dan customer perceived value terhadap kepuasan pelanggan pada umkm keripik nanas sejora kelompok tani tugu mandiri kota dumai. *Jurnal bisnis kompetitif*, 4 (3) 2826-5277
- Qurotul Aini (2025). Pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada umkm mie mentah menunggal jaya kecamatan jawa tengah kabupaten jember. *Mjaalah Ilmiah*, 25 (1) 2-6
- Noornissa S G, Sugih P (2023). Optimalisasi kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen umkm. *Jurnal ilmu ekonomi dan manajemen*, 67-72.